

ABSTRAK

Deliana Mahyani Putri (1104473), “**Pengaruh Online Shopping Enjoyment dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Pembelian Produk Fashion Hijab di Social Commerce (Survei pada anggota Fan page Facebook dan Followers Instagram Hijabers Community)**” Dibawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM. dan Lisnawati, S.Pd., MM

Permasalahan dalam penelitian ini adalah minat pembelian pada industri *social commerce* yang terbilang masih rendah, khususnya pada pembelian produk *fashion hijab*. Solusi yang dapat dilakukan oleh para penjual di toko *online* tersebut adalah dengan meningkatkan *online shopping enjoyment* dan kepercayaan konsumen yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian secara *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online shopping enjoyment* dan kepercayaan konsumen terhadap minat pembelian produk *fashion hijab* di *social commerce* pada anggota *fan page facebook* dan *followers instagram* Hijabers Community. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan teknik *simple random sampling*, dengan jumlah sampel 110 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *path analysis* dengan alat bantu *software komputer SPSS Amos 22.0*. Hasil penelitian secara keseluruhan nilai perhitungan yang diperoleh melalui analisis jalur lebih besar dibandingkan dengan yang terdapat pada tabel. Artinya secara keseluruhan terdapat pengaruh yang signifikan dari *online shopping enjoyment* dan kepercayaan konsumen terhadap minat pembelian.

Kata Kunci: *Online Shopping Enjoyment*, Kepercayaan Konsumen, Minat Pembelian, *Social Commerce*

ABSTRACT

Deliana Mahyani Putri (1104473), *Influence Of Online Shopping Enjoyment and Consumer Trust Towards Purchase Intention Hijab Fashion Product in Social Commerce (Survey In Fan Page Facebook And Followers Instagram Hijabers Community)* Under supervision of Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM and Lisnawati, S.Pd., MM

The problem in this research is interest in purchasing the social commerce industry is still fairly low, especially in the purchase of hijab fashion products. Solutions that can be done by the seller at the online store is to improve the online shopping enjoyment and consumer trust may affect the interest of consumers to make purchases online. This study aims to determine the effect of online shopping enjoyment and consumer trust towards purchase intention hijab fashion products in social commerce in member fan page facebook and instagram followers Hijabers Community. Type of research used is verified descriptive. The method conducted is explanatory survey with simple random sampling. The numbers of the respondent are 110 participants. The data analysis technique conducted in this research is path analysis with SPSS Amos 22.0 computer software. Based on the whole result test, score obtained through the path analysis is more than score in the table. It means there is a significant effect of the online shopping enjoyment and consumer trust toward purchase intention.

Keywords: *Online Shopping Enjoyment, Consumer Trust, Purchase Intention, Social Commerce*