**ABSTRAK**

Ivana Stephanie Khustanti Liem / 72150192 / 2018 / Pengaruh Harga dan Resiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Melalu Media Sosial (Studi Kasus pada Konsumen Toko K-pop *Online* yang Berjualan Melalui Media *Instagram*) / Pembimbing : Ir. Tumpal JR Sitinjak, M.M.

Berkembangnya industri *Korean Pop* atau yang lebih dikenal dengan K-pop dikalangan anak muda, membuat permintaan akan *merchandise* idola K-pop semakin meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan resiko kinerja terhadap keputusan pembelian *merchandise* K-pop melalui *Instagram.*

Teori Schiffman digunakan untuk mendefinisikan mengenai harga dan resiko kinerja, sedangkan teori Kotler digunakan untuk mendefinisikan mengenai keputusan pembelian. Hipotesis yang timbul dari kerangka pemikiran penelitian ini adalah bahwa harga dan resiko kinerja masing-masing memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Objek penelitian ini adalah toko *online* K-pop yang berjualan menggunakan media *Instagram*. Teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* menggunakan *judgement sampling*, dengan ukuran sampel 120. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, dan analisis regresi berganda. Data diolah menggunakan SPSS 22.

Hasil analisa deskriptif menunjukkan harga berada pada rentang golongan sesuai, resiko kinerja berada pada rentang golongan sesuai harapan, dan keputusan pembelian berada pada rentang golongan ingin membeli sampai sangat ingin membeli. Hasil uji regresi berganda pada penelitian ini menghasilkan persamaan regresi estimasi yang distandarisasi sebagai berikut: $\hat{Y}=0,570 x\_{1}+0,146 x\_{2}$. Y adalah variabel keputusan pembelian, $x\_{1}$ adalah variabel harga, dan $x\_{2}$ adalah variabel resiko kinerja. Melalui uji F dapat diketahui bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan hubungan antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent.*

Simpulan dari penelitian ini adalah variabel harga dan variabel resiko kinerja terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian pada toko *online* K-pop. Dengan variabel harga yang memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan variabel resiko kinerja.