

THE RELATIONSHIP LEVEL OF CONSUMER TRUST ON INSTAGRAM GOODGAMINGSHOP BETWEEN PURCHASE INTEREST

¹Ali Akbar dan ²Euis Nurul Bahriyah

¹UNIVERSITAS ESA UNGGUL, JAKARTA

²UNIVERSITAS ESA UNGGUL, JAKARTA

[¹akbar.alli1813@gmail.com](mailto:akbar.alli1813@gmail.com)

[²euis.nurul@esaunggul.ac.id](mailto:euis.nurul@esaunggul.ac.id)

ABSTRACT

This study aims to determine the level of Goodgamingshop's Instagram trust in consumer buying interest and to find out how strong the level of trust Goodgamingshop has done in consumer buying interest. This research uses a quantitative approach with survey methods and descriptive research objectives. In the variable X (Level of Trust) has a reliability score of 0.803 with this result can be categorized as having a high or strong relationship. While the variable Y (Consumer Purchase Interest) also has reliability with a score of 0.843 with these results can be categorized as having a high or strong relationship. From the results of the study it can be concluded that the level of trust has a strong relationship with Consumer Purchase Interests having a positive significance relationship, that is equal to 0.730.

Keywords : Level of Trust, Consumer Purchase Interest, Goodgamingshop, Instagram

HUBUNGAN TINGKAT KEPERCAYAAN KONSUMEN AKUN INSTAGRAM GOODGAMINGSHOP TERHADAP MINAT BELI

¹Ali Akbar dan ²Euis Nurul Bahriyah

¹UNIVERSITAS ESA UNGGUL, JAKARTA

²UNIVERSITAS ESA UNGGUL, JAKARTA

[¹akbar.alli1813@gmail.com](mailto:akbar.alli1813@gmail.com)

[²euis.nurul@esaunggul.ac.id](mailto:euis.nurul@esaunggul.ac.id)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepercayaan Instagram Goodgamingshop terhadap minat beli konsumen dan untuk mengetahui seberapa kuat tingkat kepercayaan yang dilakukan Goodgamingshop terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey dan tujuan penelitian deskriptif. Pada variable X (Tingkat Kepercayaan) memiliki reliabilitas nilai skor sebesar 0,803 dengan hasil ini maka dapat dikategorikan memiliki hubungan yang tinggi atau kuat. Sedangkan pada variable Y (Minat Beli Konsumen) juga memiliki reliabilitas dengan nilai skor sebesar 0,843 dengan hasil ini maka dapat dikategorikan memiliki hubungan yang tinggi atau kuat. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Tingkat kepercayaan memiliki hubungan yang kuat dengan Minat Beli Konsumen memiliki hubungan signifikansi positif, yaitu sebesar 0.730.

Kata kunci : Tingkat Kepercayaan, Minat Beli Konsumen, Goodgamingshop, Instagram.