

***Price and Advertising Creativity effects towards Buying Decisions  
on Social Media Instagram Analysis.***

***(Case research : Navqa's online store)***

***By***

***Nabilah Rachmadhanty***

***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the impacts of price and advertising creativity towards Navqa's online store. The population of this research reach 6750 people that were an Instagram user that also following Navqa online store. Size of the sample taken 85 respondents, with probability sampling especially multistage random sampling method. Data were collected by questionnaires. Analysis technic were used is PLS (Partial least Square) analysis method. The results of the research shows that (1), prices have a significant effect on buying decision with a path coefficient of 0.164 (2), advertising creativity has a significant effect on service quality with a path coefficient of 0.877. Keywords: Price, Advertising Creativity, and Buying Decisions.*

**Analisis Pengaruh Harga dan Kreativitas Iklan terhadap  
Keputusan Pembelian pada Media Sosial Instagram  
(Studi Kasus: pada Toko *Online Navqa*)**

**Oleh**

**Nabilah Rachmadhanty**

**Abstrak**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kreativitas iklan terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko *online* Navqa. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 6750 orang yang merupakan pengguna aktif pengikut akun *Instagram* toko *online* Navqa. Ukuran sampel yang diambil berjumlah 85 orang responden, dengan metode *probability sampling* khususnya *multistage random sampling*. Data yang dikumpulkan dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien jalur sebesar 0,164. (2) kreativitas iklan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,877.

**Kata Kunci:** Harga, Kreativitas Iklan, dan Keputusan Pembelian.