

ABSTRAK

Pembelian secara online saat ini memang menjadi pilihan menarik ditengah kesibukan individu. Di sisi lain pembelian furniture membutuhkan kejelian dan kehati-hatian dalam memilih furniture. Pembelian furniture yang dilakukan secara online membuat konsumen hanya dapat membuat persepsi berdasarkan gambar, tanpa melihat fisik furniture itu sendiri. Penelitian ini menggunakan akun instagram Ifurnholic sebagai objek dalam penelitian. Ifurnholic merupakan sebuah akun dalam instagram yang menjual furniture dengan omset penjualan yang tinggi. Penjualan furniture oleh Ifurnholic memiliki perkembangan pesat karena dapat menjual 1000 box furniture dengan harga satu juta.

Berdasarkan penjelasan uraian tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian di Instagram Ifurnholic. Berdasarkan teori rencana perilaku dapat dipahami beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian, meliputi: Behavioral attitude, Subjective norm, *Perceived behavioral control*, *Intention purchase* atau perilaku pembelian merupakan proses atau aktivitas ketika seseorang melakukan pencarian, pemilihan, pembelian, pemakaian, dan pengevaluasian suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Tujuan penelitian yang ingin dicapai meliputi, Untuk mengetahui pengaruh signifikan *behavioral attitudes* terhadap *Intention* pelanggan Infurnholic. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *subjective Norm* terhadap *Intention* pelanggan Infurnholic. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *perceived Behavior Control* terhadap *Intention* pelanggan Infurnholic. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menyajikan tahap lebih lanjut dari observasi. Setelah memiliki seperangkat skema klasifikasi, peneliti kemudian mengukur besar atau distribusi sifat-sifat tersebut di antara anggota-anggota kelompok tertentu.

Kontrol perilaku yang dimiliki oleh para pelanggan Infurnholic sudah tepat, dikarenakan dengan adanya kontrol perilaku tersebut pelanggan dapat memutuskan sendiri mana produk yang baik dan mana yang tidak.

Kata Kunci : Theory Planned Behavior, Furniture Online , Perilaku Pembelian

ABSTRACT

Online purchases today are indeed an attractive option amid the busyness of individuals. On the other hand the purchase of furniture requires carefulness and caution in choosing furniture. Purchase of furniture made online makes consumers only able to make perceptions based on the image, regardless of the physical furniture itself. This research uses Ifurnholic instagram account as object in research. Ifurnholic is an account in instagram that sells furniture with high sales turnover. Furniture sales by Ifurnholic has a rapid development because it can sell 1000 box furniture at a price of one million.

Based on the explanation of the description, the researcher is interested to study the factors that influence the buying behavior in Instagram Ifurnholic. Based on the theory of behavior plans can be understood several factors that influence the behavior of purchasing, including: Behavioral attitude, Subjective norm, Perceived behavioral control, Intention purchase or buying behavior is a process or activity when a person searches, elections, purchases, use, and evaluate a product or services to meet the needs and desires.

The objectives of the research are to know the significant effect of behavioral attitudes on Inturnholic customer intention. To know the significant influence of subjective norm on Inturnholic customer intention. To know the significant influence perceived Behavior Control to Inturnholic Intention customers

This study uses a quantitative approach, ie research that presents a further stage of observation. After having a set of classification schemes, the researcher then measures the magnitude or distribution of those properties among the members of a particular group.

The behavior controls owned by Infurnholic customers are appropriate, because with such behavior control the customer can decide for himself which products are good and which are not.

Keywords: Planned Behavior Theory, Online Furniture, Purchase Behavior