

SUMMARY

This research aims to investigate the influence and significance of price, service quality, transaction convenience, and brand loyalty on consumers' interest in purchasing digital accounts on social media platform X, while also attempting to analyse the factors that showing the elasticity of the consumers' interest from the mentioned variables by using the method of two-way multiple linear regression.

The study utilizes primary data collection obtained through questionnaire surveys. The population comprises active students of the Faculty of Economics and Business from batch of 2018 to 2022, aged between 18 and 24 years old, employing purposive sampling with a total of 100 respondents.

Data analysis employs the tool of multiple linear regression analysis using SPSS software version 16.0. The processed data indicate that the perceived value (price) has a negative and significant impact on consumers' interest level, service quality has a positive and significant influence on consumers' interest, transaction convenience negatively affects consumers' interest, and brand loyalty positively influences consumers' interest.

The effect of the influence of interest in price, service quality, transaction convenience, and brand loyalty on the purchase of digital accounts on social media platform X is 61.8 percent, while the remaining 38.8 percent is influenced by other variables not examined in this study. Regarding the elasticity of each variable, it is found that brand loyalty has the highest elasticity value, exceeding one point, followed by other variables below one point, namely the perceived value (price), service quality, and transaction convenience, meaning they are not elastic concerning consumers' interest in purchasing digital accounts.

The conclusion of this study demonstrates that merely offering low prices is insufficient without being supported by good service quality and transaction convenience. Efficient factors facilitating customers and the availability of various goods or digital accounts also influence and can increase consumers' interest in purchasing digital accounts on social media platform X with various options.

Keywords: Digital Account, X, Interest, Price, Service, Brand Loyalty

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai dan signifikansi harga, kualitas pelayanan, kemudahan transaksi, dan loyalitas merek terhadap minat pembeli untuk membeli akun digital di media sosial X, serta mencoba menganalisis faktor-faktor yang memiliki nilai elastisitas terhadap minat pembeli dari variabel yang telah disebutkan di atas melalui pengujian dengan menggunakan metode linier berganda dua arah.

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer yang diperoleh melalui pengisian kuesioner, populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif fakultas ekonomi dan bisnis dari angkatan 2018 sampai dengan 2022 dengan usia 18 tahun sampai dengan 24 tahun, teknik pengambilan sampel adalah sampel bertujuan dengan total 100 responden.

Penelitian ini dianalisis menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software spss versi 16.0, hasil data olahan menunjukkan bahwa nilai yang diterima (harga) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat minat pembeli, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembeli, kemudahan bertransaksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pembeli dan loyalitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembeli.

Besarnya pengaruh minat terhadap harga, kualitas pelayanan, kemudahan bertransaksi dan loyalitas merek terhadap pembelian akun digital di media sosial X adalah sebesar 61.8 persen sedangkan sisanya 38.8 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, serta terkait dengan elastisitas terhadap masing-masing variable didapatkan bahwa loyalitas merek memiliki nilai elastisitas tertinggi yaitu lebih dari satu point dan diikuti oleh variabel lain dibawah satu point yaitu, nilai yang diterima (harga), kualitas pelayanan dan kemudahan bertransaksi yang artinya tidak elastis terhadap minat pembelian akun digital.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa yang diterima dengan menawarkan harga yang murah saja tidak cukup, jika tidak didukung dengan tingkat pelayanan yang baik dan kemudahan dalam proses transaksi, faktor efisien memudahkan pelanggan dan adapun hal lain yang tidak kalah penting, yaitu ketersediaan barang atau akun digital yang beragam juga mempengaruhi serta dapat meningkatkan minat pembeli untuk membeli akun digital di media sosial X dengan berbagai pilihan.

Kata kunci: Akun Digital, X, Minat, Harga, Pelayanan, Brand Loyalitas