

ABSTRAK

Saat pandemi Covid 19 masyarakat memanfaatkan instagram untuk mencari informasi tentang perkembangan dan pencegahan penularan virus Covid 19. Perusahaan Nexcare memberikan informasi mengenai Covid 19 dan penggunaan masker pada instagram @nexcareindonesia. Instagram digunakan untuk menjangkau khalayak secara luas dan efektif. Tujuan penelitian untuk melihat pengaruh informasi media sosial dari instagram @nexcareindonesia terhadap keputusan pembelian masker sebagai pencegahan penularan Covid 19. Dalam penelitian menggunakan variabel informasi sebagai variabel independen dan variabel keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Dimensi pada variabel informasi adalah akurat, tepat waktu, kelengkapan dan kesesuaian. Penelitian ini menggunakan followers instagram @nexcareindonesia sebagai responden. Pengumpulan data menggunakan teknik random sampling. Metode penelitian menggunakan kuantitatif. Kuantitatif untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel untuk menjabarkan mengenai keterlibatan informasi media sosial instagram @nexcareindonesia terhadap keputusan pembelian masker. Dalam mengetahui kekuatan prediksi dalam melihat hubungan kausalitas menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif variabel informasi pada media sosial @nexcareindonesia terhadap keputusan pembelian masker sebagai upaya pencegahan penularan Covid 19 sebesar 0,782. Sehingga terdapat pengaruh informasi memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian masker.

Kata kunci : Informasi, Instagram, Keputusan Pembelian