

ABSTRAK

Pola perilaku konsumen dalam belanja online menjadi bagian dari perubahan perilaku yang terjadi saat ini. Fenomena tersebut menjadi bukti bahwa adanya platform media sosial dapat menjadi solusi *one step journey* bagi mayoritas pengguna dengan kondisi yang tidak memungkinkan untuk memenuhi kebutuhannya. Hadirnya jastip @titipall dapat menjawab persoalan tersebut, karena semua kebutuhan dapat terpenuhi dengan hanya membayar fee jastip dan ongkir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan dari faktor pribadi dan faktor sosial terhadap proses keputusan pembelian pengguna personal shopper jastip @titipall.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis analisis deskriptif, Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi yang digunakan yaitu followers jasa titip @titipall yang jumlahnya 4.520. Teknik pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling* dan teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 104 responden yaitu konsumen yang pernah membeli sebuah barang menggunakan jastip @titipall.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pribadi memiliki presentase 84,2%, faktor sosial memiliki presentase 84,2%, proses keputusan pembelian memiliki presentase 84,1%, sehingga semuanya termasuk dalam kategori sangat baik. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa faktor pribadi, faktor sosial, dan proses keputusan pembelian berpengaruh secara positif dan signifikan.

Kata kunci: Faktor pribadi, faktor sosial, proses keputusan pembelian