

## ABSTRAK

Adesti Yusi Milani, 2024. Pengaruh *Valence of Opinion*, Konten dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Wilayah Ponorogo (Studi Kasus *Followers* Instagram @ariesskuliner). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing I : Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi S.E.,M.M. Pembimbing II : Rihan Mustafa Zahri, S.E., M. Ak

Tujuan penelitian ini untuk memberikan bukti empiris mengenai Pengaruh *Valence of Opinion*, Konten dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Wilayah Ponorogo (Studi Kasus *Followers* Instagram @ariesskuliner). Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 398 responden. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan penyebaran melalui *google form*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan alat uji berupa software SmartSPSS 25. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Valence of Opinion* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan Tingkat Kepercayaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner di Wilayah Ponorogo dipengaruhi oleh *Followers* Instagram @ariesskuliner.

**Kata Kunci** : *Valence of Opinion*, Konten dan Tingkat Kepercayaan.

## **ABSTRACT**

Adesti Yusi Milani, 2024. *The Influence of Valence of Opinion, Content and Trust Level towards Culinary Purchasing Decisions in the Ponorogo Region (Case Study of Instagram Followers @ariesskuliner)*. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, PGRI Madiun University. Supervisor I : Rizal Ula Ananta Fauzi S.E., M.M. Supervisor II: Rihan Mustafa Zahri, S.E., M.Ak

*The aim of this study was to provide empirical evidence regarding the Influence of Valence of Opinion, Content and Trust Level towards Culinary Purchasing Decisions in the Ponorogo Region (Case Study of Instagram Followers @ariesskuliner). This type of research was descriptive with a quantitative approach. The sample in this study amounted to 398 respondents. The sampling method used the purposive sampling. Data collection in this study used a questionnaire distributed through google form. The data analysis technique in this study used a test tool in the form of SmartSPSS 25 software. The results of the study prove: Valence of Opinion does not have a significant effect towards purchasing decisions, Content has a positive and significant effect towards purchasing decisions, and Trust Level has a negative and significant effect towards culinary purchasing decisions in the Ponorogo Region influenced by Instagram Followers @ariesskuliner.*

**Keywords:** *Valence of Opinion, Content and Trust Level.*