

ABSTRAK

SHELIA MOUREENDA. NIM 2019110081. Pengaruh Promosi Media Sosial

Instagram Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Konsumen Mie Gacoan). Di bawah

bimbingan Ibu Dr. Ani Siska MY, SH, MM, MSM

Perkembangan teknologi yang pesat menjadi salah satu hal yang dimanfaatkan para pebisnis untuk dapat bertahan dalam persaingan. Promosi pada media sosial memudahkan pelanggan untuk dapat mengetahui informasi yang mereka butuhkan mengenai produk atau jasa yang diminati. Salah satu aplikasi yang sering kali digunakan sebagai sarana promosi adalah media sosial Instagram. Mie Gacoan merupakan salah satu restaurant yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana untuk dapat berkomunikasi dengan para pengikutnya dan juga mempromosikan produk yang dijualnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui profil karakteristik responden, tanggapan responden mengenai promosi yang dilakukan Mie Gacoan pada akun media sosial Instagram @Mie.gacoan, minat beli konsumen Mie Gacoan, dan juga untuk mengetahui pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen Mie Gacoan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan 381k followers dari akun Instagram @mie.gacoan. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana, uji normalitas, uji linieritas, uji heterokedastisitas, uji

autokorelasi, uji t dan uji koefisien determinasi (r^2) yang dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen Mie Gacoan. Berdasarkan hasil yang diperoleh, menunjukkan bahwa promosi Media Sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan sebesar 7,3 % terhadap minat beli konsumen Mie Gacoan.

Kata kunci : Instagram, Media Sosial, Minat Beli, Promosi.

ABSTRACT

SHELIA MOUREENDA. NIM 2019110081. The Influence of Instagram Social Media Promotion on Purchase Interest (Case Study of Mie Gacoan Consumers).

Under the guidance of Mrs. Dr. Ani Siska MY, SH, MM, MSM

Rapid technological developments are one of the things that business people take advantage of to survive in competition. Promotions on social media make it easier for customers to find out the information they need regarding the products or services they are interested in. One application that is often used as a promotional tool is Instagram social media. Mie Gacoan is one restaurant that uses Instagram social media as a means to communicate with its followers and also promote the products it sells. The purpose of this research is to find out the characteristic profile of respondents, respondents' responses regarding promotions carried out by Mie Gacoan on the Instagram social media account @Mie.gacoan, Mie Gacoan

consumers' buying interest and also to find out the influence of Instagram social media promotions on Mie Gacoan consumers' buying interest. . The approach used in this research is quantitative descriptive. The population in this study was 381k followers of the Instagram account @mie.gacoan. The number of samples in this research was 100 respondents. The research method used is simple linear regression analysis, normality test, linearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation test, t test and coefficient of determination test (r^2) which were carried out to determine the effect of Instagram social media promotion on consumer buying interest in Mie Gacoan. Based on the results obtained, it shows that Instagram social media promotion has a positive and significant effect of 7.3% on consumers' buying interest in Mie Gacoan.

Keywords: Instagram, Social Media, Purchase Interest, Promotion.