

ABSTRAK

ELINA PUTRI PRATAMA, NIM 2019119015. Pengaruh Konten Instagram @Fadascarf terhadap Minat Beli. Dibawah bimbingan Ibu Ina G Djamhur,A.Par,M.Sc.

Saat ini Instagram banyak dimanfaatkan sebagai usaha bisnis. Semakin marak dan beragam pilihan produk yang dijual saat ini, semakin ketat persaingan para pelaku usaha untuk meningkatkan minat beli *followers*. Instagram @Fadascarf merupakan salah satu memanfaatkan usaha bisnis produk hijab pada Instagram dengan memposting konten yang disediakan oleh Instagram. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Konten Instagram, Minat Beli, dan mengetahui bagaimana pengaruh Konten Instagram @Fadascarf terhadap Minat Beli. Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi langsung pada Instagram @Fadascarf dan menyebarkan kuesioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yaitu pengikut Instagram @Fadascarf. Metode analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan uji hipotesis menggunakan uji t. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $Y = 4,833 + 0,822X$. Hasil perhitungan dengan *SPSS ver. 25* didapatkan nilai 0,000 untuk variable konten instargram atau signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara konten Instagram terhadap minat beli. Saran agar minat pembeli pada Instagram @Fadascarf semakin meningkat, maka Instagram @Fadascarf perlu lebih sering memposting foto/video 3 kali sehari serta memperhatikan latar belakang foto agar tidak terlalu ramai dan daya tarik dalam pengambilan video lebih difokuskan terhadap produk yang dijual.

Kata kunci: Instagram, Konten Instagram, Minat Beli. III

ABSTRACT

ELINA PUTRI PRATAMA, NIM 2019119015. The Effect of @Fadascarf Instagram Content on Purchase Intention. Under the guidance of Mrs. Ina G Djamhur, A.Par, M.Sc.

Currently, Instagram is widely used as a business venture. The more widespread and diverse the choice of products sold today, the tighter the competition for business actors to increase followers purchase intention. Instagram @Fadascarf is one of the ways to take advantage of the hijab product business on Instagram by posting content provided by Instagram. The purpose of this research is to find out Instagram content, purchase intention, and find out how the influence of @Fadascarf Instagram content on buying interest. The research method used is descriptive qualitative and descriptive quantitative. Data collection techniques were carried out by direct observation on Instagram @Fadascarf and distributing questionnaires. Respondents in this study amounted to 100 people, the followers of @Fadascarf's instagram. The analytical method used is Multiple Linear Regression with hypothesis testing using t test. The results of the study obtained the regression equation $Y = 4,833 + 0,822X$. Calculation results with SPSS ver. 25 obtained a value of 0.000 for the Instagram content variable or significantly less than 0.05 so that H_0 is rejected and H_a is accepted. Based on these results, it shows that there is a significant influence between Instagram content on purchase intention. Suggestions to increase buyer interest in Instagram @Fadascarf, Instagram @Fadascarf needs to post photos/videos more often 3 times a day and pay attention to photo backgrounds so that they are not too crowded and the attraction in taking videos is more focused on selling the products.

Keywords: Instagram, Instagram Content, Buying Interest.