

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh promosi pada media sosial Instagram terhadap minat pembelian. Pelem Ukulele merupakan objek penelitian dimana perusahaan ini telah menerapkan Instagram sebagai alat pemasaran *online*. Penelitian ini menggunakan dua variabel yakni Promosi Instagram dan Minat Pembelian. Beberapa elemen yang penting dalam penelitian ini adalah ketersediaan konten baru sesuai jaman, informatifnya suatu konten, kenyamanan konsumen, dan minat pembelian. Data didapat dari kuesioner yang diisi responden, yaitu oleh 60 konsumen Pelem Ukulele yang juga pengikut akun Instagram.

Kata Kunci : Instagram, Minat Beli, Alat Musik, Media Sosial, Kenyamanan Konsumen

### ***ABSTRACT***

*The purpose of the study is to analyze the effects of Instagram promotion on consumers purchase intentions. In conducting this sort of study, Pelem Ukulele have been chosen as research object since the company implements promotion through Instagram as their main marketing strategy. The study uses two variable that is consist of instagram promotion and purchase intention. Several main elements in this study are content availability, content informativeness, consumers pleasure, and purchase intentions. Quastionnaire is used as main source of data in which filled by 60 consumers of Pelem Ukulele Instagram account followers.*

*Keyword : Instagram, Purchase Intention, Musical Instrument, Social Media, Consumers Pleasure*