

INTISARI

Banyaknya pengguna instagram membuat peluang untuk memanfaatkannya sebagai media promosi bisnis semakin besar. Pada akhirnya banyak bisnis yang menggunakan media sosial ini untuk mengenalkan produknya bahkan sampai menjual produknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap minat beli pelanggan pada Gundoel Handayani. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner yang disebar kepada 60 sampel responden yang merupakan konsumen dari Gundoel Handayani. Analisis yang digunakan adalah analisis untuk mengetahui hubungan sebab akibat yaitu analisis regresi berganda. Kemudian pengujian data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas dan normalitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi pada media sosial instagram dan minat beli konsumen memiliki hubungan yang sangat erat yaitu sebesar 82,4% yang berarti promosi pada media sosial instagram sangat mempengaruhi minat beli konsumen.

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

ABSTRAK

The number of users instagram create opportunities to use it as a promotional medium businesses greater. In the end, many businesses are using social media to introduce their products even to sell their products.

This study aims to investigate the influence of social media use instagram to customers buying interest on Gundoel Handayani. The instrument used in this study was a questionnaire distributed to 60 sample of respondents who are consumers of Gundoel Handayani. The analysis is an analysis to determine the causal relationship is multiple regression analysis. Then, the test data is done with validity, reliability and normality.

These results indicate that social media promotion on instagram and consumer buying interest has a very close relationship in the amount of 82.4%, which means promotion on instagram social media influence consumers to buy.

Keywords: Promotion, Social Media, Instagram, Interests Buy, Consumer