

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING
Skripsi, Juli 2023
MUHAMAD RAFLI 2019140109
PENGARUH KONTEN INSTAGRAM@CONSINAOFFICIAL
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Survei Pada *Followers* Instagram @connsinaofficial)**

ABSTRAK

Saat ini semakin banyak kegiatan *outdoor* dan seiring berjalannya waktu semakin banyak produk yang menjual peralatan *outdoor* di antara brand yang menjual peralatan *outdoor* adalah Consina. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur konten Instagram, Minat Beli Konsumen produk Consina pada *Followers* instagram @consinaofficial, dan untuk menguji pengaruh konten Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada *Followers* instagram @consinaofficial. Teori yang digunakan yaitu konten Instagram meliputi follow, like, komentar, Instagram Stories, dan profil serta Minat Beli meliputi mengenali kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survey. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang diberikan kepada 84 responden pada *Followers* instagram @consinaofficial. Pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. hasil dari penelitian ini yang pertama konten instagram cukup tinggi dengan nilai rata-rata 3,36 yang kedua ada minat beli cukup tinggi dengan nilai rata-rata 3,38 dan yang ketiga pengaruh konten Instagram @consinaofficial terhadap minat beli memiliki pengaruh sebesar 27%, sementara sisanya yaitu 73% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : **Konten Instagram, Minat Beli Konsumen**
Referensi : **19 Buku + 8 Jurnal + 1 Website**
Dosen Pembimbing : **Dr. Oktaviana Purnamasari, M.Si**