

ABSTRAK

Pada saat ini perkembangan teknologi semakin pesat, salah satunya adalah internet. Tingginya jumlah pengguna internet mengakibatkan banyak munculnya media sosial dengan berbagai macam penggunaan salah satunya digunakan sebagai alat pemasaran. Salah satu media sosial yang saat ini sedang banyak dipakai dan digunakan sebagai alat pemasaran adalah Instagram.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pendapat mahasiswa di kota Bandung mengenai penggunaan Instagram sebagai alat pemasaran. Tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana informasi, keamanan, kemudahan untuk digunakan, kenyamanan serta kualitas pelayanan yang ada pada Instagram jika digunakan sebagai alat pemasaran dilihat dari sudut pandang mahasiswa di kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan mendeskriptifkan hasil dari jawaban 400 sampel yang di ambil secara menyebar melalui mahasiswa di kota Bandung. Jawaban responden didapat melalui kuesioner yang telah disebar melalui media *online* ke 22 kampus di kota Bandung yaitu Telkom University, Universitas Langlang Buana, ITENAS, LP3I, Universitas Sangga Buana, STIE Muhammadiyah, STKS, UPI, Universitas Pasundan, Piksi Ganesha, Universitas Maranatha, Universitas Parahyangan, UNISBA, STT Tekstil, ITB, Universitas Padjajaran, UNIKOM, Poltek Pos, UIN Gunungjati, Universitas Widyatama, Politeknik Bandung dan Universitas Bandung Raya.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan Instagram sebagai alat pemasaran dilihat dari sudut pandang mahasiswa di kota Bandung adalah baik. Demikian pula pada variabel *Interactivity*, *Online Completeness*, *Ease of Use*, *Entertameni*, dan *Trust* pada Instagram sebagai alat pemasaran juga baik. Namun Instagram masih perlu memperhatikan kembali pada variabel keamanan agar menghindari penipuan, akun palsu serta *spam*.

Kata kunci : internet, media sosial, instagram, alat pemasaran