

ABSTRAK

Pengaruh Media promosi Instagram Terhadap minat beli konsumen Marita Hijab

Era Globalisasi saat ini internet bukan lah hal yang aneh dalam kehidupan, semakin banyaknya pengguna internet menimbulkan banyaknya pelaku bisnis. Salah satu nya pelaku bisnis marita hijab yang memanfaatkan media sosial instagram sebagai media promosi, Pelaku bisnis hijab harus memerhatikan kegunaan social media yang sesuai dengan target pasarnya sehingga pesan yang diberikan efektif, efisien dan memenuhi tujuan dari penggunaannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media promosi instagram terhadap minat beli konsumen Marita Hijab. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif verifikatif, dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Teknik penentuan sampel menggunakan metode incidental sampling dengan kriteria responden adalah followers dari instagram marita hijab. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner online melalui google form pada 100 responden dengan 19 item pernyataan. Teknik pengolahan data dilakukan dengan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa media promosi instagram berpengaruh terhadap minat beli konsumen marita hijab sebesar 78%.