

ABSTRAK

Pada saat ini perkembangan teknologi internet di Indonesia semakin pesat, hal tersebut didukung oleh peningkatan jumlah pengguna internet yang semakin meningkat.. Dengan berkembangnya internet, semakin membuka peluang pelaku usaha untuk memasarkan produknya secara digital salah satunya menggunakan media sosial. Media sosial secara konsisten menjadi sumber informasi terpercaya kedua selama tiga tahun terakhir. Platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah Instagram yang menjadi urutan kedua setelah Whatsapp. Instagram pun lebih unggul dari media sosial lain karena mampu menyajikan konten berbasis visual yang menarik, sehingga sangat cocok untuk digunakan sebagai sarana promosi terhadap suatu produk yang berwujud. Terjadinya kenaikan dan penurunan penjualan karena konsumen ingin perusahaan menyajikan lebih banyak informasi yang edukatif dan menghasilkan keunikan dengan ciri khasnya sendiri, sehingga konten pemasaran jika semakin diterapkan maka akan semakin meningkat dalam keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pembuatan konten terhadap keputusan pembelian melalui iklan sebagai variabel mediasi pada e-course Kang Aviv Institute.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang menggunakan software Smart PLS 4. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling dengan 355 responden.

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Pembuatan Konten berpengaruh signifikan terhadap Iklan dengan nilai t-statistik 34.299 dan p-values 0.000. variabel Iklan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian t-statistik 12.899 dan p-values 0.000. sedangkan variabel Pembuatan Konten berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan t-statistik 0.210 dan p-values 0.417. variabel Pembuatan Konten terhadap Keputusan Pembelian Melalui Iklan sebagai mediasi berpengaruh signifikan dengan t-statistik 10.694 dan p-values 0.000.

Kata Kunci : Konten, Iklan, Instagram, Media Sosial, Keputusan Pembelian