

ABSTRAK

Nama : Selvita Bilianti
Program Studi : Bisnis Perhotelan
Judul : **ANALISIS PENGARUH INSTAGRAM
INFLUENCER TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Influencer* terhadap minat pembelian produk dan mengetahui faktor manakah yang lebih dominan dari Influencer dan minat pembelian. Subjek dari penelitian ini adalah followers @foodwaw yang berjumlah 100 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Instagram merupakan salah satu bentuk dari media sosial yang bertujuan untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Salah satu hobi yang sering diunggah di Instagram adalah kuliner. Bahkan sekarang bermunculan fenomena memposting hobinya tersebut sambil mempromosikan tempat dan kuliner yang disajikan yang dinamakan *Influencer*. *Influencer* memiliki keahlian dalam hal menarik perhatian masyarakat untuk memberikan informasi mengenai produk yang digunakan atau dikonsumsi. *Influencer* mampu menyampaikan pesan atau opini suatu produk kepada *followers*-nya sehingga secara sadar atau tidak sadar *followers* menjadi terpengaruh untuk mencoba produk yang sama. Dalam pemasaran, dukungan *Influencer* memainkan peran penting dalam mencapai reputasi dan tujuan bisnis perusahaan yang baik. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut: Promosi yang dilakukan oleh *influencer* melalui instagram berpengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap produk @foodwaw. Promosi dengan menggunakan *influencer* membuat konsumen tertarik. Apalagi *influencer* tersebut mempunyai *follower* yang banyak. Dari tiga aspek yang menjadi indikator *influencer* dalam mempromosikan suatu produk. Dalam penelitian ini aspek yang paling dominan yaitu *relevance*. *Follower* dalam minat beli yang mendominasi yaitu tertarik untuk mencari informasi. *Follower* mencari informasi pada akun @foodwaw tentang makanan yang enak tidak hanya melihat *influencer* dalam mempromosikan produk.

Kata Kunci: Influencer, Instagram, Digital Marketing, Minat Beli, Media Sosial

ABSTRACT

Name : Selvita Bilianti

Study Program : Hotel Business Program

*Title : ANALYSIS EFFECT OF INSTAGRAM INFLUENCER ON
INTEREST IN PRODUCT PURCHASES*

The research in the final project aims to determine the effect of Influencers on product purchase interest and study factors that are more dominant than Influencers and purchase interest. The subjects of this study were @foodwaw followers who tested 100 people. The research method used is descriptive quantitative. Instagram is a form of social media aimed at sharing photos that ask users to take photos, apply digital filters, and share them with various social networking services. One hobby that is often uploaded on Instagram is culinary. While now the phenomenon that has emerged is posting his hobbies while waiting for a place and culinary to be presented called Influencers. Influencers have expertise in attracting people's attention to provide information about products used or consumed. Influencers are able to convey messages or opinions about their followers - so followers consciously or unconsciously become followers to try the same product. In marketing, Influencer's support plays an important role in the achievement and business goals of a good company. Based on the results of the analysis conducted, it can be concluded as follows: Promotion conducted by influencers through Instagram that opposes consumer buying interest in @foodwaw products. Promotions using influencers make consumers interested. Moreover, this influencer has a large following. Of the three aspects that are indicators of influence in supporting a product. In this study, the most dominant aspect is relevance. Followers in the buying interest that invites are interested in finding information. Followers follow information on the @foodwaw account about good food not only seeing influencers in getting products.

Keyword: Influencer, Instagram, Digital Marketing, Interest Purchase, Social Media