

## ABSTRAK

Nama : Wendy Vernandez  
Program Studi : Kewirausahaan  
Judul : Pengaruh Digital Marketing Berbasis Instagram Terhadap Niat Beli Pelanggan Pada Bisnis Makanan Beku

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh faktor penjualan makanan beku yang mengalami stagnasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari instagram terhadap niat beli pelanggan pada bisnis makanan beku. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Responden dalam penelitian ini berjumlah 200 orang yang pernah membeli makanan beku melalui instagram. Teknik dalam menganalisis data adalah dengan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil persamaan regresi yang didapatkan adalah  $Y = 3.450 + 0.380X_1 + 0.144X_2 + 0.278X_3$  dengan nilai penyesuaian  $R^2$  sebesar 0.401. kemudian hasil ini membuktikan bahwa seluruh variabel independent yaitu *Instagram advertisement*, *live streaming*, dan *post feeds* menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial maupun simultan terhadap niat beli pada makanan beku di Instagram. Variabel Instagram advertisement memiliki pengaruh yang paling besar dibuktikan dari koefisien regresi sebesar 0.380.

Kata Kunci: *Instagram advertisement*, *live streaming*, *post feeds*, dan minat beli

## ABSTRACT

Name : Wendy Vernandez

Study Program: Entrepreneurship

Title : The Influence Of Instagram-Based Digital Marketing On Customer Purchase Intentions In The Frozen Food Business

This research is motivated by factors selling frozen food which has stagnated. The purpose of this study was to determine the influence of Instagram on customer purchase intentions in the frozen food business. This research uses quantitative methods. Respondents in this study were 200 people who had bought frozen food via Instagram. Techniques for analyzing data are descriptive analysis techniques and multiple linear regression analysis. The results of the regression equation obtained are  $Y = 3.450 + 0.380X_1 + 0.144X_2 + 0.278X_3$  with an  $R^2$  adjustment value of 0.401. Then these results prove that all independent variables, namely Instagram advertisements, live streaming, and post feeds, show a significant effect partially or simultaneously on purchase intentions for frozen food on Instagram. The Instagram advertisement variable has the greatest influence, as evidenced by the regression coefficient of 0.380.

Keywords: Instagram advertisement, live streaming, post feeds, and buying interest