

## ABSTRAK

### PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @NUJUCOFFEE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

Oleh

MIFZAN ABDILLAH

Pertumbuhan *cafe* yang terus meningkat menimbulkan persaingan yang ketat diantara *cafe* tersebut. Salah satu cara menghadapi persaingan dan mempertahankan eksistensi dengan memanfaatkan penggunaan media sosial Instagram. Media sosial Instagram dipilih menjadi objek penelitian dibandingkan media sosial lainnya karena memiliki pengaruh yang lebih besar. Pada zaman sekarang, *brand* yang bisa membuat tampilan visual seperti video, foto dan *Caption* yang menarik memiliki kesempatan besar untuk mendapatkan *feedback* positif dari konsumennya. Salah satu *cafe* yang memanfaatkan media sosial Instagram adalah @nujucoffe. Konten Instagram @nujucoffe digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi para pengikutnya sehingga diharapkan dapat berdampak untuk meningkatkan minat beli konsumen @nujucoffe. Penelitian ini menerapkan teori Teroti Efek Hierarki, konsep *Social Media Marketing* dan Minat Beli. Peneliti menggunakan metode kuantitatif bersifat deskriptif dengan variabel Konten Instagram @nujucoffe, Penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik *purposive sampling* melalui penyebaran kuesioner kepada pengikut akun Instagram @nujucoffe. Hasil akhir penelitian ini adalah adanya pengaruh Konten Instagram @nujucoffe terhadap Minat Beli Pelanggan @nujucoffe dan Konsumen sebesar 49,1%, sedangkan 50,9% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata kunci:** Kafe, Konten Instagram, Media Sosial Instagram, Minat Beli.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF INSTAGRAM CONTENT @NUJUCOFFE ON CONSUMER BUYING INTEREST**

**By**

**MIFZAN ABDILLAH**

*The growth of the cafe continues to increase causing intense competition between these cafes. One way to face competition and maintain existence is by utilizing the use of social media Instagram. Instagram social media was chosen to be the object of research compared to other social media because it has a greater influence. In today's era, brands that can create visuals such as videos, photos and attractive captions have a great opportunity to get positive feedback from their consumers. One cafe that uses Instagram social media is @nujucoffe. Instagram @nujucoffe content is used to meet the information needs of its followers so that it is expected to have an impact on increasing the buying interest of @nujucoffe consumers. This study applies the theory of Hierarchy of Effects theory, the concept of Social Media Marketing and Buying Interest. The researcher uses a descriptive quantitative method with the Instagram content @nujucoffe variable. This study uses a survey method with purposive sampling technique through distributing questionnaires to followers of the @nujucoffe Instagram account. The final result of this study is the influence of @nujucoffe Instagram content on the buying interest of @nujucoffe followers and consumers by 49.1%, while the other 50.9% is influenced by other variables not examined.*

**Keywords:** *Café, Instagram Social Media, Instagram content, Buying Interest.*