

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH FITUR INSTAGRAM TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA STUDIO FOTO ADITYASAPUTRA DI KOTA METRO**

**Oleh**

**ILHAM BAGUS PRASETYA**

Pada saat ini dengan kemajuan teknologi yang berkembang dengan sangat cepat, sejalan dengan pertumbuhan pengguna sosial media yang kian hari makin pesat juga pertumbuhannya. Salah satu nya adalah sosial media Instagram, dari hasil riset yang telah di lakukan Detik.com pada 11 Juni 2021, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 61.610.000 pengguna. Dengan jumlah pengguna sebesar ini, sosial media Instagram memiliki banyak kegunaan salah satu nya dapat digunakan untuk dijadikan tempat promosi suatu barang atau pun jasa. Dan yang menggunakan Instagram sebagai alat promosi yaitu Adityasaputra Studio. Adityasaputra Studio sudah berdiri sejak 2015 dan bergerak dalam bisnis jasa fotografi berupa foto Wedding, Prewedding, ataupun Family. Lokasi Adityasaputra Studio terletak di Kota Metro. Maka dari latar belakang yang telah dijelaskan, disini peneliti memiliki tujuan untuk mencari pengaruh fitur instagram terhadap minat konsumen. Tipe penelitian ini adalah kuantitatif. Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dari hasil analisis dengan data yang didapatkan dari responden menggunakan metode purposive sampling dengan karakteristik responden yaitu masyarakat yang tinggal di Kota Metro, yang memiliki rentang usia 19-22 tahun, memiliki sosial media instagram dan pernah mengunjungi sosial media instagram Adityasaputra Studio. Maka di dapatkan hasil bahwa pengaruh fitur instagram terhadap minat konsumen pada studio foto Adityasaputra dengan teori tiga tahap komsumsi jasa sebesar 81,00%. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang menerangkan bahwa variabel (X) yaitu fitur media sosial Instagram dengan variabel (Y) teori tiga tahap komsumsi jasa. Dengan hasil uji T bahwa nilai sig sebesar 0,000 atau koefesien bernilai lebih kecil atau kurang dari 0,05. Dengan demikian di ketahui bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Maka dapat diketahui dan disimpulkan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh dari variable (X) fitur Instagram Adityasaputra Studio terhadap variable (Y) teori tiga tahap komsumsi jasa.

**Kata kunci :** Adityasaputra Studio, Teori Tiga Tahap Komsumsi jasa, Instagram, Minat Konsumen

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF INSTAGRAM FEATURES ON CONSUMER INTEREST IN ADITYASAPUTRA PHOTO STUDIO IN METRO CITY**

**By**

**ILHAM BAGUS PRASETYA**

*At this time technological advancements are developing very quickly, in line with the growth of social media users which is increasing rapidly growing as well. One of them is social media Instagram, from the results of research conducted by Detik.com on June 11, 2021, Instagram users in Indonesia reached 61,610,000 users. With this large number of users, Instagram social media has many uses, one of which can be used as a place to promote an item or service. And those who use Instagram as a promotional tool are Adityasaputra Studio. Adityasaputra Studio has been established in 2015 and is engaged in the photography service business in the form of Wedding, Prewedding, or Family photos. Location Adityasaputra Studio is located in Metro City. So from the background that has been explained, here the researcher aims to find the effect of Instagram features on consumer interest. This type of research is quantitative. The population used in this study amounted to 100 respondents. From the results of the analysis with the data obtained from the respondents using the purposive sampling method with the characteristics of the respondents, namely people who live in Metro City, who have an age range of 19-22 years, have Instagram social media and have visited Adityasaputra Studio's Instagram social media. So we get the results that the effect of Instagram features on consumer interest in Adityasaputra photo studio with the theory of three stages of service consumption is 81,00%. Based on the results of hypothesis testing which explains that variable (X) is the feature of Instagram social media with variable (Y) the theory of three stages of service consumption. With the results of the T-test that the sig value is 0.000 or the coefficient is less than or less than 0.05. Thus it is known that H0 is rejected and H1 is accepted. Then it can be seen and concluded that there is a relationship and influence of the variable (X) of Adityasaputra Studio's Instagram feature on the variable (Y) of the three-stage theory of service consumption.*

**Keywords:** Adityasaputra Studio, Three Stages of Service Consumption Theory, Instagram, Interest In Visiting.