

## ABSTRAK

### **PENGARUH KONTEN AKUN INSTAGRAM @pringsewu\_foodies TERHADAP MINAT BELI *FOLLOWERS* PADA PRODUK KULINER DI KABUPATEN PRINGSEWU**

By  
**JANTIKA DINANTI**

Kuliner pada dasarnya merupakan sebuah aspek yang memiliki ketertarikan sendiri di masing-masing daerah. Saat ini promosi tempat-tempat kuliner melalui instagram sangat ramai dilakukan *food vlogger* di Indonesia sebagai media berbagi ulasannya seputar kuliner. Keterbatasan akses informasi tentang kuliner daerah menjadikan konten-konten seputar kuliner yang dibagikan oleh seorang *food vlogger* menjadi acuan masyarakat setempat untuk mencari produk kuliner yang *recommended*. Salah satu *food vlogger* daerah yang mengulas tentang dunia kuliner adalah Juni Prasetyo yang juga mengelola akun *instagram* @pringsewu\_foodies. Akun ini mengulas tentang dunia kuliner yang berada di Kabupaten Pringsewu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten akun instagram @pringsewu\_foodies terhadap minat beli *followers* pada produk kuliner di Kabupaten Pringsewu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik *simple random*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan kriteria tertentu yaitu merupakan pengikut akun instagram @pringsewu\_foodies yang berdomisili di Kabupaten Pringsewu dan sering melihat kontennya. Hasil penelitian menunjukkan konten akun instagram @pringsewu\_foodies mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli *followers* pada produk kuliner di Kabupaten Pringsewu secara parsial maupun simultan. Adapun nilai koefisien determinasi sebesar 0,524 sehingga adanya pengaruh konten akun instagram @pringsewu\_foodies terhadap minat beli *followers* pada produk kuliner di Kabupaten Pringsewu yaitu dengan nilai sebesar 52,4% sedangkan sisanya 47,6% yang dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci: Konten Akun Instagram, Minat Beli: Produk Kuliner**

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF INSTAGRAM ACCOUNT CONTENT @pringsewu\_foodies ON FOLLOWERS' BUYING INTEREST IN CULINARY PRODUCTS IN PRINGSEWU DISTRICT**

**By  
JANTIKA DINANTI**

Culinary is basically an aspect that has its own interests in each region. Currently, the promotion of culinary places through Instagram is very busy being carried out by food vloggers in Indonesia as a medium for sharing their culinary reviews. Limited access to information about regional culinary delights makes culinary content shared by a food vlogger a reference for the local community to find recommended culinary products. One of the regional food vloggers who reviews the culinary world is Juni Prasetyo, who also manages the Instagram account @pringsewu\_foodies. This account reviews the culinary world in Pringsewu Regency. This study aims to determine how much influence the content of the Instagram account @pringsewu\_foodies has on followers' buying interest in culinary products in Pringsewu Regency. This study uses quantitative methods using simple random techniques. The sample used was 100 respondents with certain criteria, namely followers of the Instagram account @pringsewu\_foodies who live in Pringsewu Regency and often view the content. The results of the study show that the content of the Instagram account @pringsewu\_foodies has a significant effect on followers' buying interest in culinary products in Pringsewu Regency partially or simultaneously. The coefficient of determination is 0.524 so that the content of the Instagram @pringsewu\_foodies account has an influence on followers' buying interest in culinary products in Pringsewu Regency with a value of 52.4% while the remaining 47.6% is influenced by other factors.

**Keywords: Instagram Account Content, Buying Interest: Culinary Products**