

ABSTRAK

Pengaruh Inovasi Produk Pada Instagram dan Shopee Terhadap Minat Beli Keripik Pisang UMKM Si Bintang Buah di Bandar Lampung

Oleh

Marisya

Perkembangan teknologi digital yang didukung oleh kekuatan Internet telah mengakibatkan transformasi signifikan, terutama dalam bidang komunikasi. Fenomena ini memberikan manfaat luar biasa bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya dalam pelaksanaan strategi pemasaran melalui digital marketing. Pendekatan ini dianggap lebih efektif dan efisien karena memberikan fleksibilitas waktu yang lebih besar. Salah satu contoh UMKM yang memanfaatkan dengan baik platform digital adalah Si Bintang Buah, yang menggunakan Instagram dan Shopee sebagai media pemasaran utama. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak strategi pemasaran digital UMKM Si Bintang Buah melalui Instagram dan Shopee, terutama pada inovasi produk, dengan fokus pada keripik rol pisang muli. Dengan landasan teori AIDA, metode penelitian kuantitatif menggunakan SEM dan PLS. Penerapan metode penelitian menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan dukungan software Partial Least Squares (PLS) untuk menganalisis korelasi antar variabel penelitian. Dalam proses pengumpulan data, digunakan teknik non-probability sampling. Hasil menunjukkan bahwa Instagram dan Shopee berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi produk. Shopee juga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, sementara Instagram tidak signifikan. Inovasi produk memiliki dampak positif dan signifikan pada minat beli, serta berperan sebagai mediator antara Instagram dan minat beli. Temuan ini memberikan wawasan praktis bagi UMKM dalam meningkatkan efektivitas pemasaran digital, khususnya dalam konteks produk inovatif.

Kata Kunci: Instagram, Shopee, Inovasi Produk, Minat Beli.

ABSTRACT

The Influence of Product Innovation on Instagram and Shopee on Interest in Buying Umkm Si Bintang Buah Banana Chips in Bandar Lampung

By

Marisya

The significant development of digital technology, supported by the power of the Internet, has brought about a transformative impact, particularly in the field of communication. This phenomenon has provided tremendous benefits for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), especially in the implementation of marketing strategies through digital marketing. This approach is considered more effective and efficient due to its flexibility in time management. An exemplary case of an MSME effectively leveraging digital platforms is Si Bintang Buah, which utilizes Instagram and Shopee as its primary marketing channels. This research aims to explore the impact of Si Bintang Buah's digital marketing strategy through Instagram and Shopee, focusing on product innovation, particularly the unique variant of banana roll chips. Grounded in the AIDA theory, the quantitative research method employs Structural Equation Modeling (SEM) with the support of Partial Least Squares (PLS) software to analyze the correlation between research variables. Non-probability sampling techniques are utilized in the data collection process. The results indicate that Instagram and Shopee have a significant positive impact on product innovation. Shopee also has a significant positive effect on purchasing interest, while Instagram does not show a significant impact. Product innovation has a positive and significant effect on purchasing interest and serves as a mediator between Instagram and purchasing interest. These findings offer practical insights for MSMEs to enhance the effectiveness of digital marketing, especially in the context of innovative products.

Keywords: Instagram, Shopee, Product Innovation, interested in buying.