

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK NUJU COFFEE DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

OLEH

NI LUH AYU NOVIARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh citra merek nuju coffee di Instagram terhadap minat beli konsumen. Dalam era digital yang kompetitif, media sosial seperti Instagram menjadi alat pemasaran yang efektif bagi merek lokal untuk membangun citra positif dan memperluas pasar. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, dimana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada followers akun Instagram @nujucoffee. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk mengukur sejauh mana citra merek memengaruhi minat beli konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek yang terbentuk di akun Instagram @nujucoffee memberikan pengaruh positif signifikan terhadap minat beli, dengan kontribusi sebesar 65%. Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan konten visual yang menarik dan konsisten, serta interaksi aktif dengan konsumen di Instagram, mampu meningkatkan loyalitas dan minat beli konsumen secara signifikan. Oleh karena itu, membangun citra merek yang kuat melalui media sosial menjadi strategi pemasaran digital yang sangat penting bagi merek lokal dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis di pasar saat ini.

Kata kunci: Citra Merek, Minat Beli, @nujucoffee, Instagram

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE NUJU COFFEE ON THE INSTAGRAM TOWARD CONSUMER PURCHASE INTENTION

By

NI LUH AYU NOVIARI

This study aims to analyze the influence of Nuju Coffee's brand image on Instagram on consumer purchase intention. In today's competitive digital era, social media platforms such as Instagram have become strategic tools for local brands to build a strong image and expand their market reach. This research adopts a quantitative approach using a survey method, with data collected through questionnaires distributed to followers of the @nujucoffee Instagram account. The data were analyzed using multiple linear regression to measure the extent to which brand image affects purchase intention. The results indicate that the brand image presented on the @nujucoffee Instagram account has a significant positive influence on consumer purchase intention, contributing 65%. These findings highlight the importance of consistent visual content management and active consumer engagement on social media in increasing brand loyalty and purchase intention. Therefore, building a strong brand image through Instagram is a crucial digital marketing strategy for local brands to enhance competitiveness and business growth.

Keywords : Brand Image, Purchase Intention, @nujucoffee, Instagram