

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

## PENGARUH KUALITAS KONTEN AKUN INSTAGRAM @KATALOGPROMOSI TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS

Hadyan Luthfi

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76181&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kuantitatif. Bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas konten terhadap minat beli followers. Menggunakan paradigma post-positivisme. Teknik pengumpulan dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner dan menggunakan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah followers Instagram @Katalogpromosi dan sampel sebanyak 100 responden menggunakan rumus slovin, data diambil melalui direct message Instagram @Katalogpromosi. Penggunaan teori dalam penelitian ini adalah Teori SOR dan AIDCA. Kedua teori tersebut sangat berkaitan, SOR melalui panca indra (melihat, mendengar, membaca) yang diterima secara stimulus sedangkan AIDCA diterapkan sebagai acuan minat beli konsumen dalam membeli produk.

Hasil penelitian yang dilakukan melalui para followers @Katalogpromosi, peneliti menggunakan 100 orang responden. Berdasarkan pada tabel distribusi frekuensi Kualitas konten Instagram @Katalogpromosi menunjukkan nilai rata-rata (mean) variabel X dengan skor 48,30364 berada pada kategori sedang atau netral. Sedangkan tabel distribusi frekuensi Minat Beli Followers menunjukkan, nilai rata-rata (mean) variabel Y dengan skor 34,46314 berada pada kategori sedang atau netral. Artinya instagram @Katalogpromosi merupakan referensi alternatif bagi para followers.

Peneliti sebagai mahasiswa Ilmu komunikasi peminatan periklanan, mengharapkan dalam proses periklanan ke depan bisa lebih memanfaatkan media sosial untuk memasarkan sebuah brand atau produk. Hasil penelitian menganggap bahwa uji korelasi sebesar 0,593. Nilai signifikansi pada 0,01 lebih kecil dari 0,05. Signifikansi. Pengaruh kualitas konten akun Instagram @katalogpromosi mempengaruhi minat beli followers.