

**PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PRODUK  
FASHION TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO  
HYPORIGINAL BANDAR LAMPUNG**

**Vincent Fadillah**

**2019112184**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Instagram sebagai media pemasaran terhadap minat beli konsumen toko Hyporiginal Bandar Lampung. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan sampel yang dipilih dengan pertimbangan kriteria tertentu yang akan dijadikan sampel, pada penelitian ini menggunakan sebanyak 100 responden yang dihitung dengan *probability sampling* dengan menggunakan rumus sampel acak sederhana. Sampel dalam penelitian ini adalah *followers* akun Instagram toko Hyporiginal Bandar Lampung. Pengolahan data dibantu oleh program SPSS versi 24. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil pengujian yang ditunjukkan oleh penelitian di peroleh persamaan regresi  $Y = 3.409 + 0.409X$ . Dari koefisien regresi variabel instagram (X) sebesar 0,409. Berdasarkan R square ( $R^2$ ) 0,509 menunjukkan bahwa Instagram sebagai metode pemasaran mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 50,1% sedangkan sisanya 40,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa Instagram sebagai media pemasaran berpengaruh terhadap minat beli konsumen Toko Hyporiginal Bandar Lampung.

Kata kunci: Sosial Media, Instagram, Minat Beli Konsumen