PENGARUH MEDIA INSTAGRAM GABINO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN GABINO

(Survei Pada Konsumen Gabino Mall Metropolitan Bekasi)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

YOLENTA LUMBAN GAOL

180900125

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FALKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

2022

PENGARUH MEDIA INSTAGRAM GABINO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN GABINO

(Survei Pada Konsumen Gabino Mall Metropolitan Bekasi)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

YOLENTA LUMBAN GAOL

180900125

FALKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2022

FALKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Yolenta Lumban Gaol

NIM : 180900125

JUDUL : Penggaruh Media Instagram Gabino Terhadap Minat Beli Konsumen Gabino (Survei Pada Konsumen Gabino Mall Metropolitan Bekasi)

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Jumlah Halaman : xiv+ 86 Halaman+ 6 Lampiran

Bibliografi : 18 Buku, Jurnal 4, Blog/Internet 3

ABSTRAK

Penelitian ini di latarbelakangi karena dalam dunia bisnis media instagram menjadi media yang membantu untuk menarik perhatian masyarakat dengan ungahan foto dan video agar mengenal bahkan membeli produk tersebut.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R yang menunjukan reaksi-aksi pada unsur pesan, stimulus dan reaksi.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan Paradigma positivistik. Metode yang digunakan adalah metode survei. Pengumpulan data dengan *Accidental sampling* mengguakan rumus Slovin dengan hasil sampel berjumlah 100 responden konsumen produk Gabino.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Media Instagram berpengaruh sebesar 55,2% terhadap Minat Beli, sementara sisanya 0,448 atau 44,8% berupa kontribusi faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian dan kesimpulan, penulis memberikan saran teoritis dan praktis, agar admin Instagram produk Gabino lebih mampu menarik minat beli konsumen dengan mengikuti trend di *instagram*.

Kata Kunci : Media Instagram, Minat Beli

Pembimbing I : Fitri Sarasati M, S.Ikom.,M.Sc.

Pembimbig II : Drs. Solten Rajagukguk, MM

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA

NAME : *Yolenta Lumban Gaol*

ID Number : *180900125*

TITLE : *The Influence of Instagram Media on Buying Interests of Gabino Consumers (Survey of Gabino Mall Consumers Metropolitan Bekasi)*

STUDY PROGRAM : *Communication Science*

SPECIALTY : *Public Relations*

Number of pages : *xiv+ 86 pages+ 6 lampiran*

Bibliography : *18 Books, Journals 4, Blog/Internet 3*

ABSTRACT

This research is motivated because in the business world, Instagram is a medium that helps to attract people's attention by using photos and videos to get to know and even buy these products.

The theory used in this study is the S-O-R theory which shows reactions in the absence of messages, stimuli and reactions.

In this study the author uses a quantitative approach, with a positivistic paradigm. The method used is a survey method. The data was collected by accidental sampling using the Slovin formula with the sample results obtained by 100 consumers of Gabino products.

The results of this study prove that Instagram media has an effect of 55.2% on Buying Interest, while the remaining 0.448 or 44.8% is in the form of contributions from other factors not examined in this study.

From the research results and conclusions, the authors provide theoretical and practical suggestions, so that the Instagram admin for Gabino products is better able to attract consumer buying interest by following trends on

Instagram.Keywords: Instagram Media, Buying Interest

Supervisor I : Fitri Sarasati M, S.Ikom.,M.Sc.

Supervisor II : Drs. Solten Rajagukguk, M