

ABSTRAK

Muliyani. 2020. Pengaruh Instagram Sebagai Sarana Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Butik Mels By Memel Banjarmasin. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Mahmud Yusuf, M.Si.

Kata Kunci : *Instagram, Minat Beli Konsumen, Butik Mels By Memel Banjarmasin*

Saat ini sudah banyak industri fashion yang merilis produk busana untuk kaum hawa, khususnya bagi pemakai hijab yang saat ini menjadi *trend* masa kini. Seperti pada Butik Mels Banjarmasin yang menyediakan berbagai fashion Bangkok, dan Tiongkok maupun Fashion dari produk lokal. Butik Mels Banjarmasin mengimplementasikan system informasi e-commerce dalam hal promosi penjualan untuk meningkatkan minat beli dan volume penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh media sosial instagram sebagai sarana promosi terhadap minat beli konsumen pada Butik Mels By Memel Banjarmasin. Untuk membuktikan secara simultan media sosial instagram sebagai sarana promosi terhadap minat beli konsumen pada Butik Mels By Memel Banjarmasin.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu dengan terjun secara langsung ke lapangan untuk menggali permasalahan yang diteliti mengenai pengaruh media sosial instagram sebagai sarana promosi terhadap minat beli konsumen pada Butik Mels Banjarmasin. Adapun sifat dari penelitian ini adalah studi sampling.

Berdasarkan hasil penelitian ini kesimpulannya adalah akun Instagram berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen dengan tingkat signifikansi 0,000 dan nilai t 3,798. Akun Instagram dalam penelitian ini hanya berpengaruh sebesar 12,8% sementara sisanya sebesar 87,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar kesadaran konsumen, media sosial, pelayanan dan lain-lain.