

## ABSTRAK

**Helda.** 2023. *Pengaruh Promosi Menggunakan Akun Instagram Sobatbantas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing : Prof. Dr. H. Akh. Fauzi. Aseri, MA

**Kata Kunci :** Promosi, Instagram, Keputusan Pembelian.

Penggunaan media sosial dalam keputusan pembelian produk memberikan pengaruh besar pada konsumen. Instagram menjadi salah satu pilihan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk kuliner dikarenakan akses dan *fitur* yang mudah dipahami pengguna. Hal tersebut memberikan peluang terhadap akun Instagram Sobatbantas yang menjadi salah satu *food blogger* di Kota Banjarmasin untuk memberikan beragam informasi yang dibutuhkan pengikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa akun Instagram “Sobatbantas” berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kuliner di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data angket (kuesioner) yang disebarakan secara online. Populasi penelitian ini adalah *followers* akun Instagram Sobatbantas sebanyak 75.100 pengikut dan diambil sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan rumus slovin. Pengujian pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan *software* SPSS 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram Sobatbantas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kuliner di Kota Banjarmasin. Dengan nilai  $t$  hitung sebesar  $15,557 > t$  tabel  $3,745$  dengan nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya akun Instagram “Sobatbantas” mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian melalui informasi yang disampaikan. Semakin aktif akun tersebut melakukan promosi maka akan semakin meningkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dalam membeli produk kuliner di Kota Banjarmasin.