

## ABSTRAK

SUCI WULANDARI. 17822208

**Pengaruh Konten Instgaram Terhadap @Kuliner\_Bekasi Terhadap Minat Beli *Followers***  
(Studi Deskriptif Kuantitatif Pada *Followers* Akun *Instagram* (@kuliner\_bekasi))

Kata kunci : Konten Instagram, *Followers*, Minat Beli

(xiii + 72 + lampiran)

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang tidak pernah ada habisnya, bahkan berkembang pesat seiring dengan tuntutan konsumen yang semakin meningkat terlebih lagi wisata kuliner saat ini sudah menjadi tren bagi masyarakat Indonesia. Kegiatan menginformasikan kuliner di kota Bekasi dapat dilakukan dengan media sosial. Sehingga hal ini mendorong munculnya promosi kuliner Bekasi melalui media sosial. Salah satu promosi di media sosial yang saat ini digandrungi oleh masyarakat adalah Instagram. Penelitian yang didapatkan ini sesuai dengan teori S-R (Stimulus-Respons). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan paradigma positivisme dan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Teknik yang digunakan untuk mengambil sampel adalah purposive sampling dan ditentukan dengan rumus Slovin untuk populasi yang sudah diketahui. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Konten Instagram @kuliner\_bekasi terhadap Minat Beli *Followers* dikategorikan masih belum bisa dibilang belum efektif.

Daftar Pustaka (2010 – 2021)