

## ABSTRAK

**Chairunissa, 17819142**

**Pengaruh Terpaan Iklan dan Kualitas Konten Instagram Beautyhaulindo Terhadap Minat Beli**

**Kata Kunci : Terpaan Iklan, Instagram, Beautyhaulindo, Kualitas Konten, Minat beli.**

(xii+ 94 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh terpaan iklan dan kualitas konten Instagram Beautyhaulindo terhadap minat beli followers. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang pengambilan sampelnya menggunakan metode purposive sampling dengan kriterianya adalah generasi Y (Millenial) dengan rentang umur 21-41 tahun, yang merupakan pengguna aktif Instagram dan merupakan followers dari akun Instagram Beautyhaulindo dan sampel pada penelitian ini berjumlah 400 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis data. Penelitian ini menggunakan teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response). Unsur stimulus adalah pengaruh dari terpaan iklan dan kualitas konten, organism adalah followers dari akun Instagram Beautyhaulindo dan response adalah minat beli. Hasil uji hipotesis simultan menunjukkan ketiga hipotesis pada penelitian ini dapat diterima, dikarenakan hasil  $f$  hitung  $28,029 > f$  tabel  $3,04$ . Hasil uji hipotesis parsial menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel kualitas konten dengan variabel minat beli, dikarenakan nilai  $t$  hitung  $25,030 > 1,971$   $t$  tabel. Pada uji regresi linear berganda, nilai konsisten pada kedua variabel dependen bernilai  $5,494$ . Nilai koefisien variabel terpaan iklan terhadap variabel minat beli bernilai positif yaitu  $0,043$  dan variabel kualitas konten terhadap minat beli bernilai positif yaitu  $0,185$ . Hal ini menunjukkan hasil penelitian ini relevan dengan teori S-O-R, dimana ketika seorang individu mendapatkan stimulus maka ada respon yang terbentuk. Bagi peneliti berikutnya diharapkan mampu menambahkan variable independent yakni kredibilitas dari social media influencer dan variable dependen yaitu sikap dari *followers*.

Daftar Pustaka ( 2018 - 2023)