

ABSTRAK

Fadla Fauzan Syanu. 10820255.

Pengaruh Promosi dan Kualitas Informasi pada Akun Instagram @katalogpromosi terhadap Minat Beli *Followers*

Kata kunci: Instagram, Kualitas Informasi, Minat Beli, Promosi.

(xi+75+Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas informasi pada akun Instagram @katalogpromosi terhadap minat beli followers . Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan paradigma positivistik. Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah Teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Respons). Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, yaitu sebanyak 400 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner melalui fitur Direct Message Instagram. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, menunjukkan bahwa promosi dan kualitas informasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli secara parsial dan simultan. Nilai koefisien determinasi $R^2 = 0.720$ yang artinya minat beli *followers* pada akun @katalogpromosi sebesar 72% ditentukan berdasarkan promosi dan kualitas informasi, sedangkan sisanya 28% ditentukan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka (2007-2023)