

ABSTRAK

Unggascare hadir karena munculnya permasalahan pada industri unggas, yang belum memiliki *platform* yang dapat memfasilitasi para pecinta unggas. Karena Unggascare merupakan sebuah aplikasi berbasis *marketplace* yang dikembangkan khusus untuk mendukung layanan penjualan unggas dan perlengkapan seputar unggas. Di era globalisasi seperti ini, teknologi semakin terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dengan itu globalisasi memiliki pengaruh terhadap industri terutama industri unggas. Dengan hadirnya Unggascare di industri unggas dapat memfasilitasi interaksi antara produsen dan konsumen dalam hal jual beli melalui platform *online*. Aplikasi ini memiliki fokus utama pada penyediaan fitur unggulan dan proses layanan yang mudah, nyaman, dan terpercaya bagi para pengguna. Aplikasi ini menyediakan fitur-fitur yaitu *event*, belanja, forum dan konsultasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Social Media Marketing* Instagram terhadap Minat beli Produk Unggascare di Bandung secara parsial. Penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan rentang waktu tujuh hari dengan jumlah responden 115. Data tersebut dianalisis dengan analisis regresi linier sederhana, lalu diolah dengan SPSS. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa secara parsial, variabel *Social Media Marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli.

Kata kunci: Unggascare, *Social Media Marketing*, Minat Beli