

ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini, munculnya persaingan yang semakin ketat dan perlahan timbulnya perdagangan yang menjual produk atau jasa yang serupa. Bergerak di bidang bisnis tepatnya dibidang makanan membuat pemilik bisnis harus berusaha memikirkan dan menerapkan strategi untuk selalu membuat produknya dikenal banyak oleh masyarakat dan mampu bersaing di era globalisasi dan perkembangan industri sekarang ini. Hal ini yang dilakukan oleh salah satu UMKM yang melakukan penjualannya dan melakukan promosi melalui media sosial instagram agar terciptanya minat beli. Namun setelah dilakukan pra survey ternyata masih terdapat masalah pada minat beli kripik belings. Oleh karena pihak kripik belings harus memikirkan bagaimana cara agar produknya banyak dikenal masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi di media sosial instagram terhadap minat beli kripik belings

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif kausalitas dengan pendekatan deskriptif dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan software IBM SPSS versi 25. Instrumen utama pengumpulan data adalah kuesioner yang diukur dengan menggunakan skala Likert. Adapun yang dijadikan populasi pada penelitian ini adalah followers kripik belings jumlah sampel yang ditentukan pada penelitian ini adalah 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel promosi di media sosial instagram(X) dengan variabel minat beli(Y). Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang diteliti yaitu sebesar 32% atau sisanya 68% hasil dipengaruhi oleh variabel yang belum diteliti atau faktor lain.

Kata Kunci: *Marketing*, Promosi di Media Sosial Instagram, Minat Beli