

## ABSTRAK

Indihome menggunakan promosi melalui media sosial instagram akan membuat masyarakat lebih berminat pada produk karena pada masa pandemi seperti sekarang masyarakat lebih memilih untuk menjaga jarak dan tidak ingin bertemu orang banyak secara langsung. Dan promosi melalui media sosial instagram dianggap akan lebih efektif, masyarakat telah banyak menggunakan media sosial untuk mendapatkan suatu informasi, dan masyarakat pada saat melihat media sosial instagram yang berisi kan gambar atau video yang menarik akan berminat untuk melihat suatu informasi atau produk. Penelitian ini menggunakan variabel Promosi Dalam Media Sosial sebagai variabel bebas (X) dan variabel Minat Beli sebagai variabel terikat (Y)

Metode dan jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Indihome, dengan sampel 100 orang responden dengan menggunakan Sampel dari penelitian ini adalah beberapa pelanggan yang membeli produk Indihome. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling* dimana teknik pengambilan sampel tidak memberikan peluang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Sederhana menggunakan aplikasi *software IBM SPSS 16 for windows*.

Hasil penelitian ini adalah variabel independen yaitu Promosi Dalam Media Sosial memiliki pengaruh terhadap variabel Minat Beli 63,3%, sisanya sebesar 36,4% dapat dipengaruhi seperti harga, promosi dalam brosur, dan promosi dalam televisi.

Kata kunci: promosi media sosial, promosi online, minat beli