

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini berkembang dengan pesat membawa dampak baik dalam pemasaran. Era digital seperti sekarang untuk dapat mengetahui sebuah produk dan memiliki minat beli didasari stimulus salah satunya melalui media yaitu *social media marketing*. *Social media marketing* terutama instagram merupakan salah satu alat pemasaran yang mampu menjadi strategi untuk digunakan dalam memicu kepercayaan dan ketertarikan yang nantinya akan mempengaruhi niat konsumen untuk memiliki minat beli. Sehingga penggunaan *social media marketing* instagram secara optimal dapat menarik minat beli konsumen.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap *social media marketing* instagram Tel-U Store, untuk mengetahui bagaimana minat beli konsumen di Tel-U Store, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *social media marketing* instagram terhadap minat beli.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data kuesioner. Adapun sumber data yang diperoleh yaitu data primer dari 100 responden yang mengetahui instagram Tel-U Store. Serta data sekunder yang dipakai yaitu jurnal, skripsi, buku, internet penelitian terdahulu yang dilakukan dan sumber lainnya yang mendukung konsep teoritis dari variabel penelitian yang dilakukan.

Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa *social media marketing* instagram Tel-U Store masih masuk kedalam kategori sangat baik dengan nilai presentase rata-rata sebesar 84,11%, di lain hal minat beli Tel-U Store masih masuk kedalam kategori sangat baik dengan nilai presentase rata-rata sebesar 84,11%. Kemudian terdapat pengaruh antara *social media marketing* instagram terhadap minat beli konsumen pada Tel-U Store, dengan besar pengaruh sebesar 68,2%.

Kata Kunci : social media marketing instagram, minat beli