

ABSTRAK

Salah satu kemajuan yang timbul pada abad ke-21 adalah perkembangan era digital yang melibatkan penggunaan media sosial. Media sosial berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh informasi dalam bentuk teks maupun gambar yang berkaitan dengan informasi yang disajikan. Selain itu, media sosial juga digunakan para pelaku usaha baik produk atau jasa untuk memperkenalkan merek mereka kepada para calon pelanggan. Salah satu perusahaan layanan jasa yang memanfaatkan platform media sosial untuk memperkenalkan produknya adalah Disney+ Hotstar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengenali pengaruh pemasaran yang dilakukan melalui media sosial terhadap minat pembelian layanan Disney+ Hotstar di wilayah Kota Bandung. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif. Populasi yang dijadikan fokus penelitian ini adalah individu di Kota Bandung yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki pengetahuan atau telah menggunakan layanan Disney+ Hotstar. Metode pengambilan sampel yang dipergunakan adalah snowball sampling, dengan jumlah responden yang terlibat sebanyak 100 orang. Data yang terkumpul dianalisis melalui metode regresi linier sederhana menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27 for MAC.

Dari hipotesis yang menghubungkan pemasaran melalui media sosial dengan minat pembelian, ditemukan hasil akhir dalam kasus ini, angka t hitung memiliki nilai yang melebihi angka t tabel ($7,935 > 1,660$), dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000 yang lebih rendah daripada tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel pemasaran melalui media sosial dan minat pembelian. Selain itu, hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa pemasaran melalui media sosial memiliki kontribusi sebesar 39,1% terhadap variasi dalam minat pembelian.

Kata Kunci: Media Sosial, Pemasaran Sosial Media, Minat Beli