

Abstrak

Fenomena - Merek laptop HP Inc telah masuk dalam lima besar merek laptop terlaris di 5 perusahaan teratas, pengiriman PC tradisional di seluruh dunia, pangsa pasar, dan pertumbuhan tahun ke tahun. Top 5 PC Shipping Companies 2022, HP Inc. mengalami penurunan level dan menempati posisi kedua dalam penjualan jika dibandingkan kompetitornya, volume penjualan HP Inc masih lebih rendah yaitu dengan total 18,9% dengan posisi pertama ditempati oleh laptop Lenovo merk Lenovo dengan total penjualan 24,6%. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya minat beli konsumen terhadap HP inc. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen yaitu influencer media sosial, citra merek, dan konsep diri. HP Inc menggunakan strategi pemasaran influencer media sosial untuk mempromosikan produknya dan memasukkan informasi penting tentang produknya. Selain memberikan informasi mengenai produknya, HP Inc juga kerap membagikan informasi bermanfaat mengenai spesifikasi laptop.

Tujuan – Pertama, penelitian ini bertujuan untuk fokus pada promosi produk laptop Hp Inc di Indonesia melalui media sosial influencer seperti Instagram. Kedua, penelitian ini mengukur pengaruh media sosial produk laptop Hp inc terhadap minat membeli produk laptop Hp inc, pengaruh social media influencer terhadap brand image produk laptop Hp inc, pengaruh social media influencer terhadap konsep diri Produk laptop Hp, Produk laptop Hp inc, pengaruh citra merek terhadap minat membeli produk laptop Hp inc dan pengaruh konsep diri terhadap minat pembelian produk laptop Hp inc.

Desain/metodologi/pendekatan – Penelitian ini menggunakan pengukuran yang akan menghasilkan data yang bersifat kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Populasi yang ditentukan dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia pengguna media sosial. Populasi penelitian ini menggunakan laptop diperoleh sampel sebanyak 435 responden yang merupakan pengguna media sosial dan berniat berminat membeli laptop di Indonesia. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan Structural Equation Model – Partial Least Squares (SEM-PLS).

Temuan – Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Social Media Influencer berpengaruh signifikan dan positif terhadap Niat Beli pada produk laptop HP Inc, Social Media Influencer berpengaruh signifikan dan positif terhadap Brand Image pada produk laptop HP Inc, Social Media Influencer berpengaruh signifikan dan positif terhadap Self- Konsep pada produk laptop HP Inc, Citra Merek (intervening) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli pada produk laptop HP Inc, dan Konsep Diri (intervening) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Niat Beli pada produk laptop HP Inc.

Saran – Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi HP Inc agar dapat mengembangkan minat Membeli. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Media Sosial, Citra Merek, dan Konsep Diri merupakan elemen penting dalam minat beli konsumen terhadap HP Inc produk laptop di media sosial Instagram, oleh karena itu HP Inc perlu memperbanyak Media Sosial Pengaruh, Citra Merek, dan Konsep Diri yang bertujuan untuk meningkatkan minat beli konsumen untuk pengguna media sosial di Instagram.

Kata Kunci : pemberi pengaruh media sosial, Citra Merek, konsep diri, minat beli