

## **ABSTRAK**

Seiring dengan perkembangan jaman dan juga didukung dengan teknologi yang semakin maju membuat manusia melakukan inovasi dalam berbagai aspek. Teknologi pun memberikan dampak positif serta memberikan kemudahan transportasi yang menunjang aktivitas sehari-hari. Inovasi yang muncul di tengah masyarakat dalam jasa transportasi yaitu dengan munculnya transportasi online atau transportasi on demand. Berbagai macam jenis transportasi online yang tersedia saat ini salah satunya yaitu Grab. Namun untuk menarik perhatian masyarakat dalam menggunakan transportasi online ini dibutuhkan cara tersendiri untuk meningkatkan minat pengguna jasa transportasi online tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi di media sosial Instagram terhadap minat pengguna Grab.

Penelitian ini menggunakan metode korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling dengan jenis purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan hasil pengujian, promosi di media sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna Grab. Hal ini dibuktikan dengan hasil koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa promosi di media sosial Instagram memberikan pengaruh terhadap minat pengguna Grab sebesar 0.774 atau sebesar 77,4% sedangkan sisanya 22,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Promosi Media Sosial Instagram, Minat Pengguna, Grab

## **ABSTRACT**

*Along with the times and also supported by increasingly advanced technology, people make innovations in various aspects. Technology also has a positive impact and provides ease of transportation that supports daily activities. Innovations that appear in the midst of society in transportation services are the emergence of online transportation or transportation on demand. Various types of online transportation are available today, one of which is Grab. However, to attract public attention in using online transportation, a separate method is needed to increase the interest of users of these online transportation services. Therefore, this study aims to find out how much influence promotions on Instagram social media have on the interest of Grab users.*

*This study uses a correlational method with a quantitative approach. Sampling was carried out using a non-probability sampling method with purposive sampling, with a total of 100 respondents.*

*Based on the test results, promotions on Instagram social media have a significant effect on the interest of Grab users. This is evidenced by the results of the coefficient of determination which shows that promotion on Instagram social media has an influence on the interest of Grab users by 0,774 or 77.4% while the remaining 22.6% is influenced by other variables not examined in this study.*

**Keywords:** *Instagram Social Media Promotion, User Interest, Grab*