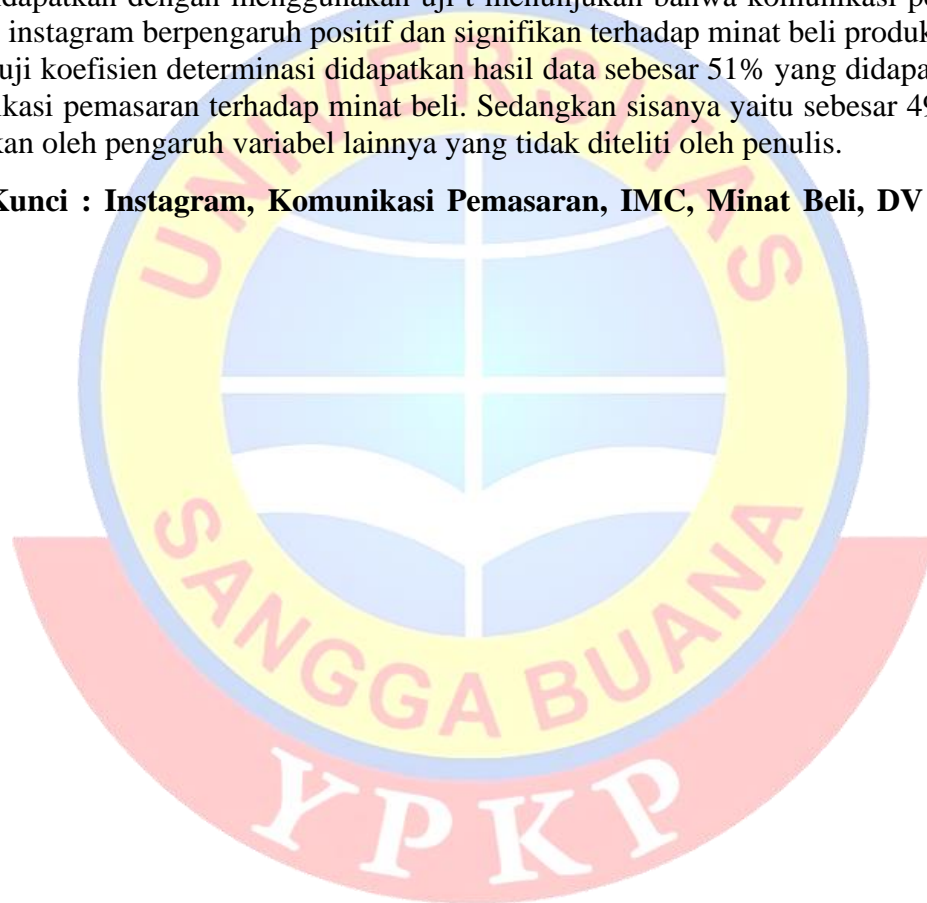


ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat eksplanatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran melalui instagram terhadap minat beli produk fashion pada konsumen Dv Fashion Thrift. Penelitian Ini pengumpulan datanya menggunakan data primer yaitu wawancara dan kuesioner. Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan analisis kuantitatif, analisis regresi linear sederhana, dan analisis koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS 22. Populasi dalam penelitian ini merupakan pengikut instagramnya yang berjumlah 93 responden. Hasil dari penelitian yang didapatkan dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran melalui instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk fashion. Dalam uji koefisien determinasi didapatkan hasil data sebesar 51% yang didapatkan dari komunikasi pemasaran terhadap minat beli. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 49% dapat dijelaskan oleh pengaruh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci : Instagram, Komunikasi Pemasaran, IMC, Minat Beli, DV Fashion Thrift



ABSTRACT

This research is a quantitative research that is explanatory in nature. This study aims to determine the effect of marketing communication through Instagram on the interest in buying fashion products on Dv Fashion Thrift consumers. This study uses primary data collection, namely interviews and questionnaires. In this study, the researcher used quantitative analysis, simple linear regression analysis, and coefficient of determination analysis using SPSS 22. The population in this study were 93 Instagram followers. The results of the study obtained using the t-test showed that marketing communication through Instagram has a positive and significant effect on the interest in buying fashion products. In the coefficient of determination test, the data results were 51% obtained from marketing communication on buying interest. While the remaining 49% can be explained by the influence of other variables not studied by the author.

Keywords: *Instagram, Marketing Communication, IMC, Purchase Interest, DV Fashion Thrift*

