

PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK WEDANGUWUH DI CV SALAMA NUSANTARA

Oleh:
Wiwin Maroah

Inti Sari

CV Salama Nusantara merupakan perusahaan yang memproduksi produk olahan tanaman biofarmaka salah satunya produk wedang uwuh dan memanfaatkan instagram sebagai media promosinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi media sosial instagram terhadap minat beli produk wedang uwuh di CV Salama Nusantara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari – Juni tahun 2023. Pendekatan deskriptif kuantitatif dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun instagram @wedanguwuh_salamanusantara dan jumlah sampel sebanyak 63 responden dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Hasil analisis menunjukkan bahwa promosi media sosial instagram berpengaruh terhadap minat beli produk wedang uwuh. Hal ini di dukung dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dan t-hitung sebesar $7,410 > 2,000$ atau lebih besar dari t-tabel yang artinya promosi media sosial berpengaruh secara positif terhadap minat beli dan hasil koefisien determinasi sebesar 4,47% artinya tingkat pengaruhnya sebesar 4,47%.

Kata kunci: Promosi, Instagram, Minat beli