

ABSTRAK

Dlia Puspita Dewi (1199240048) : “Pengaruh Promosi pada Media Sosial Instagram dan Daya Tarik Produk Terhadap Minat Beli Masker Wajah Camille Beauty (Penelitian pada Konsumen di 8 Kecamatan Kota Bandung Timur)”

Skincare menjadi salah satu perawatan kulit wajah yang penting contohnya produk masker wajah yang dimana masker wajah ini bermanfaat untuk merawat kulit wajah, dan memperbaiki nutrisi kulit pada jaringan sel kulit wajah. Di wilayah Kota Bandung Timur permintaan akan produk skincare lokal semakin meningkat. Oleh karena itu, para pembisnis harus dengan bijak mengeluarkan produk yang menarik konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Tujuan daripada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh promosi pada media sosial instagram terhadap minat beli pada konsumen masker wajah camille beauty kemudian untuk mengetahui pengaruh daya tarik produk terhadap minat beli pada konsumen masker wajah camille beauty serta untuk mengetahui pengaruh promosi pada media sosial instagram dan daya tarik produk secara simultan berpengaruh terhadap minat beli pada konsumen masker wajah camille beauty di 8 Kecamatan Kota Bandung Timur.

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*, dengan *Random Sampling* dimana teknik ini menentukan sampel berdasarkan acak dapat dipakai sebagai sampel. Penentuan sampel menggunakan teori Roscoe dengan hasil 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner *online* dengan media Google Form. Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif Statistik, Uji Instrumen Data, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis, serta Uji Koefisien Determinasi diolah menggunakan program software SPSS versi 26.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa (1) Promosi pada Media Sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, (2) Daya Tarik Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa Promosi pada Media Sosial Instagram dan Daya Tarik Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Hubungan yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang sangat tinggi.

Kata Kunci : Promosi pada Media Sosial Instagram, Daya Tarik Produk, Minat Beli