

**Judul Penelitian : Pengaruh *Influencer Marketing*, *Content Marketing*, dan *Social Media Instagram* Terhadap Minat Beli Produk *Simcard* Byu Telkomsel Pada Siswa SMK Negeri 1 Kediri**

Dosen Pembimbing : Ustadus Sholihin, S.E., M.M

: Iing Sri Hardiningrum, S.Pd., M.M

Nama : Muchamad Farel Mustaqiem, A.Md

NPM : 21130210424/P

### **ABSTRAKSI**

Perkembangan kemajuan internet sangat dinamis tersebut maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan, misalnya munculnya beragam media sosial. Pada bidang teknologi sangat bermanfaat untuk promosi bisnis berbasis *online*. Kegiatan promosi yang sedang *trend* pada masa kini yaitu menggunakan seorang *influencer marketing* dan penyebaran promosinya menggunakan *content marketing* yang bisa dipromosikan melalui *social media instagram*, ketiga faktor tersebut dapat meningkatkan minat beli masyarakat. Perkembangan kemajuan internet sangat dinamis tersebut maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan, misalnya munculnya beragam media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan (1) pengaruh *influencer marketing* terhadap minat beli, (2) pengaruh *content marketing* terhadap minat beli, (3) pengaruh *social media instagram* terhadap minat beli, (4) pengaruh *influencer marketing*, *content marketing* dan *social media instagram* terhadap minat beli.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah siswa SMK Negeri 1 Kediri sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purpose sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian pada taraf signifikansi menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan *influencer marketing* terhadap minat beli (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan *content marketing* terhadap minat beli (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan *social media instagram* terhadap minat beli (4) terdapat pengaruh *influencer marketing*, *content marketing*, dan *social media instagram* secara simultan terhadap minat beli.

**Kata kunci : *Influencer Marketing*, *Content Marketing*, *Social Media Marketing*, Dan Minat Beli**