

ABSTRAK

Penelitian ini tentang analisa pengaruh sosial media marketing Instagram terhadap minat beli. survey pada remaja generasi Z yang menggunakan aplikasi sosial media Instagram dan mengetahui tentang produk thrifting. Latar belakang masalah penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pemasaran melalui media sosial Instagram akan mempengaruhi minat beli terhadap para pengguna media sosial Instagram yaitu para remaja generasi Z dikarenakan dijamin yang semakin berkembang pesat dan teknologi semakin canggih apakah media sosial efektif dan dapat meningkatkan minat beli jika menerapkan pemasaran produk melalui sosial media instagram. produk thrifting yang sedang banyak digemari oleh remaja geneasi Z, apakah para pelaku usaha thriftshoping akan lebih sering memasarkan produk tersebut melalui sosial media Instagram jika terdapat banyak peminat yang mengetahui produk tersebut melalui sosial media Instagram. Pengujian dilakukan secara deskriptif dengan metode Penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian kuantitatif, melalui model persamaan struktural (SEM), berdasarkan survei online, mengumpulkan 100 responden merupakan remaja generasi Z. Hasil penelitian membuktikan bahwa sosial media marketing Instagram mempengaruhi minat beli para pengguna sosial media Instagram yaitu para remaja generasi Z . Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial media maketing Instagram berpengaruh signifikan terhadap minat beli remaja generasi Z.