

**Analisis pengaruh social media instagram advertising terhadap purchase intention pada generasi milenial di Jakarta, Banten, dan Jawa Barat =
Analysis of the influence of social media instagram advertising against the purchase intention on the millennial generation in Jakarta, Banten, and West Java**

M. Nursyaadillah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20491923&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh iklan media sosial terhadap niat beli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data penelitian dikumpulkan melalui survei dengan total 97 responden. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linier. Hasil perhitungan data penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung antara iklan media sosial dengan minat beli sebesar 0,504 atau 50,4%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan Instagram media sosial berpengaruh positif terhadap minat beli untuk semua produk yang diiklankan oleh e-commerce pada iklan Instagram, kepada generasi milenial di Jakarta, Banten, dan Jawa Barat.

..... This study aims to examine the effect of social media advertising on purchase intention. This study uses a quantitative approach. The research data was collected through a survey with a total of 97 respondents. The instrument in this study used a questionnaire and data analysis used linear regression. The results of the calculation of research data show that there is a direct influence between social media advertising and purchase intention of 0.504 or 50.4%. The results showed that social media Instagram ads had a positive effect on buying interest for all products advertised by e-commerce on Instagram ads, to the millennial generation in Jakarta, Banten, and West Java.