**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul “FUNGSI PROMOSI MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DI OUVAL RESEARCH BANDUNG”.

Tujuan dari disusunnya skripsi ini adalah untu mengetahui fungsi promosi melalui instagram dalam meningkatkan minat konsumen, dan hambatan-hambatan yang dialami admin ouval research dalam meningkatkan minat konsumen serta usaha-usaha yang dilakukan admin ouval research untuk menanggulangi hambatan.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam metode yang akan menggambarkan tentang situasi dilapangan tempat penelitian berlangsung. Dengan menggunakan beberapa tahapan yaitu studi kepustakaan dan studi lapangan dengan cara penyebaran angket kepada responden, observasi, maupun wawancara dengan founder ouval research dan responden. Dikarenakan jumlah populasi yang cukup besar yaitu 100 orang maka teknik yang digunakan adalah sampel.

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka diperoleh hasil fungsi promosi melalui instagram yang dilakukan oleh admin ouval research untuk meningkatkan minat konsumen sudah berjalan meski masih ada hambatan dari segi penyampaian yang kurang dipahami dan kurangnya pengetahuan konsumen tentang produk local.

Rekomendasi dari peneliti diperlukan kreatifitas dan inovatif yang lebih serta optimalisasi dari media yang digunakan khususnya media social Instagram da tidak lupa selalu up to date tentang produk-produk baru yang akan diluncurkan sehingga konsumen berminat untuk berkunjung dan berbelanja di ouval research.

**ABSTRACT**

This research entitled “PROMOTION FUNCTION THROUGH INSTAGRAM IN IMPROVING CONSUMER INTEREST IN OUVAL RESEARCH BANDUNG”

The purpose of the preparation of this thesis is to know the function of promotion through instagram in increasing consumer interest, and obstacles experienced admin ouval research in increasing consumer interest and efforts undertaken admin ouval research to cope with obstacles.

The research method used is quantitative with descriptive approach. In a method that will describe the situation in the field where the research took place. By using several stages of library research and field study by way of questionnaires to respondents, observations, and interviews with ouval research founders and respondents. Due to the size of a large population of 100 people then the technique used is a sample

From the results of research conducted then obtained the results of promotion function through instagram conducted by admin ouval research to increase consumer interest has been running although there are still obstacles in terms of delivery is less understood and lack of consumer knowledge about local products.

Recommendations from researchers need more creativity and innovative as well as optimization of the media used in particular social media Instagram da not forgetting always up to date about new products to be launched so that consumers are interested to visit and shop at ouval research.

**RINGKESAN**

Panalungtikan ieu dijudulan "INSTAGRAM NGALIWATAN FUNGSI KAMPANYE NGARINAJATKEUN MINAT KONSUMEN DI OUVAL RESEARCH BANDUNH".

Tujuan karangan ieu digambar skripsi untu apal via Instagram fungsi promosi di ngaronjatkeun minat konsumen, jeung halangan ngalaman ku admin ieu panalungtikan Ouval dina ngaronjatkeun minat pamakéna ogé usaha nu ngalakukeun admin ieu panalungtikan Ouval nungkulan halangan.

Metodeu dipake nyaeta pendekatan deskriptif kuantitatif. Dina metoda anu bakal nerangkeun kaayaan dina widang mana panalungtikan lumangsung. Ku ngagunakeun sababaraha tahapan ulikan pustaka jeung panalungtikan lapangan ku dikabaran questionnaires ka responden, observasi, jeung wawancara jeung pangadeg panalungtikan Ouval jeung responden. Alatan jumlah pendudukna cukup badag ti 100 urang, téhnik dipaké nyaéta sampel.

Ti hasil panalungtikan anu dilakukeun hasil fungsi promosi ditangtukeun via Instagram anu dilakukeun ku admin ieu panalungtikan Ouval kana ngaronjatkeun minat konsumen geus dijalankeun sanajan aya kénéh halangan dina watesan delivering hiji kirang dipikaharti sarta kurangna pangaweruh konsumen ngeunaan produk lokal.

Saran ti peneliti diperlukeun hiji leuwih kreatif sarta inovatif sarta ngaoptimalkeun pamakéan média, hususna média sosial Instagram da ulah poho tetep nepi ka tanggal dina produk anyar nu bakal dibuka supados pamakéna museurkeun nganjang sarta balanja dina panalungtikan Ouval.