

## ABSTRAK

Bearpath merupakan salah satu produk lokal berdiri sejak tahun 2021 yang berasal dari kota Bandung yang berada di Jalan H. Mesri No. 20, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo. Bearpath berasal dari dua kata yaitu bear (beruang) dan path (jalan) yang artinya perjalanan beruang. Bearpath memproduksi sandal bergaya outdoor yang dapat digunakan untuk *travelling* dan berkegiatan sehari – hari yang dapat digunakan oleh kalangan dewasa, remaja, maupun anak – anak. Pada tahun 2022 penjualan Bearpath mengalami fluktuasi yang cukup signifikan dari bulan Januari hingga bulan Desember yang menyebabkan ketidakstabilan penjualan produk pada Bearpath. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh media sosial instagram terhadap minat beli konsumen pada Bearpath. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi, kuisioner, dan wawancara, sedangkan teknik pengumpulan data sekunder dilakukan dengan studi kepustakaan, jurnal, dan internet. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis skor variabel, uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana, uji korelasi rank spearman, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara media sosial instagram Bearpath dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap Bearpath. Terdapat korelasi antara keduanya, apabila media sosial instagram mengalami peningkatan berupa kunjungan profil, jumlah pengikut, dan jumlah suka maka minat beli konsumen terhadap Bearpath akan semakin meningkat. Hambatan yang dialami oleh Bearpath dalam implementasi penggunaan media sosial instagram yaitu adanya perubahan algoritma pada instagram yang menyebabkan ketidakstabilan Bearpath dalam memasang iklan untuk menarik perhatian konsumen. Adanya peraturan privasi yang dikeluarkan oleh perangkat Ios terkait data pribadi penggunaan media sosial instagram, dan kurangnya kestabilan dalam pelaksanaan komunikasi yang dilakukan Bearpath dengan para konsumen. Upaya yang dilakukan oleh Bearpath dalam menghadapi perubahan algoritma yang diberikan oleh instagram yaitu dengan memperbaiki dan terus meningkatkan konten yang dibuat agar dapat menarik perhatian para konsumen, dan melakukan penjadwalan secara rutin untuk memposting konten agar para konsumen dapat terus melihat produk Bearpath.

Kata kunci : Media Sosial, Minat Beli.

## ABSTRACT

*Bearpath is a local brand product that has been established since 2021 which comes from the city of Bandung, which is at Jalan H. Mesri No. 20, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo. Bearpath comes from two words namely bear (bear) and path (path) which means the journey of the bear. Bearpath produces outdoor-style sandals that can be used for traveling and daily activities that can be used by adults, teenagers, and children. In 2022, Bearpath's sales fluctuated significantly from January to December, which caused instability in product sales at Bearpath. The purpose of this study was to determine the extent of the influence of Instagram social media on consumer buying interest in Bearpath. The research method used is a quantitative research method with a descriptive approach. Primary data collection techniques are carried out by observation, questionnaires, and interviews, while secondary data collection techniques are carried out by library research, journals, and the internet. The data analysis technique used is variable score analysis, validity test, reliability test, simple linear regression test, Spearman rank correlation test, coefficient of determination test, and hypothesis testing. The results of this study indicate that there is a positive relationship between Bearpath Instagram social media in increasing consumer buying interest in Bearpath. There is a correlation between the two, if Instagram social media experiences an increase in the form of profile visits, number of followers, and number of likes, consumer buying interest in Bearpath will increase. The obstacle experienced by Bearpath in implementing the use of Instagram social media was a change in the Instagram algorithm which caused Bearpath instability in placing advertisements to attract consumer attention. There are privacy regulations issued by Ios devices related to personal data using Instagram social media, and a lack of stability in the implementation of communications carried out by Bearpath with consumers. The efforts made by Bearpath in dealing with the changes in the algorithm provided by Instagram are by improving and continuing to improve the content created so that it can attract the attention of consumers, and regularly scheduling content to post so that consumers can continue to see Bearpath products.*

*Keywords: Social Media, Buying Interest.*

## ABSTRAK

Bearpath mangrupa prodak lokal nu atos ngadeg ti taun 2021 nu asalna ti Kota Bandung, nya éta di Jalan H. Mesri No. 20, Pasir Kaliki, Kec. Cicendo. Bearpath asalna tina dua kecap nyaéta *bear* (biruang) jeung *path* (lalampahan) anu hartina lalampahan biruang. Bearpath ngahasilkeun produk mangrupa sandal gaya alam anu tiasa dianggo pikeun iinditan sareng kagiatan sapopoé, produk sandal Bearpath tiasa dianggo ku déwasa, rumaja, sareng murangkalih. Waktos taun 2022, icalan produk Bearpath ngalaman turun naék anu henteu tetep ti Januari dugi ka Désémber, anu nyababkeun teu stabil kana icalan produk di Bearpath. Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho pangaruh média sosial Instagram kana minat beuli konsumen di Bearpath. Méthode panalungtikan anu digunakeun nya éta méthode panalungtikan kuantitatif kalayan pendekatan déskriptif. Téhnik ngumpulkeun data primér dilaksanakeun ku cara obsérvasi, angkét, jeung wawancara, sedengkeun téhnik ngumpulkeun data sékundér dilaksanakeun ku studi pustaka, jurnal, jeung internét. Téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta analisis skor variabel, uji validitas, uji réliabilitas, uji régrési liniér basajan, uji korelasi rank Spearman, uji koefisien determinasi, jeung uji hipotésis. Hasil tina ulikan ieu nunjukkeun yén aya hubungan anu positif antara média sosial Instagram Bearpath dina ningkatkeun minat mésér konsumen di Bearpath. Aya korélasi antara dua, upami média sosial Instagram ngalaman paningkatan dina bentuk kunjungan profil, jumlah pengikut, sareng jumlah anu resep, minat mésér konsumen di Bearpath bakal ningkat. Halangan anu dialaman ku Bearpath dina ngalaksanakeun pamakean média sosial Instagram nyaéta parobahan dina algoritma Instagram anu nyababkeun instabilitas Bearpath dina nempatkeun iklan pikeun narik perhatian konsumen. Aya peraturan privasi anu dikaluarkeun ku alat ios anu aya hubunganana sareng data pribadi nganggo média sosial Instagram, sareng kurangna stabilitas dina palaksanaan komunikasi anu dilakukeun ku Bearpath sareng konsumen. Usaha anu dilakukeun ku Bearpath dina ngungkulan parobihan dina algoritma anu disayogikeun ku Instagram nyaéta ku cara ningkatkeun sareng neraskankeun ningkatkeun eusi anu diciptakeun supados tiasa narik perhatian konsumen, sareng rutin ngajadwalkeun konten pikeun diposting supados konsumen tiasa teras ningali Bearpath. produk.

Kata Kunci: Média Sosial, Niat Mésér.