

## ABSTRAK

*Content marketing* @eigeradventure berhasil mendapatkan penghargaan di ajang ICMA sebagai *The Best Content Marketing of The Year* yang di ikuti oleh 350 brand ternama, dan juga Eiger Adventure berhasil membuka toko Internasional pertamanya di Swiss pada tanggal 15 maret 2023, yang mana itu merupakan salah satu strategi Komunikasi pemasaran Eiger agar citra Eiger semakin meningkat dan memicu terjadinya Minat Beli Konsumen. Dengan menggunakan Teori *Content Marketing* yang merupakan Teori Komunikasi Pemasaran menjelaskan tentang konten yang dibuat harus Relevansi, Akurasi, Bernilai, Mudah Dipahami, Mudah Ditemukan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sebesarapa besar pengaruh dari konten @eigeradventure di Instagram terhadap Minat beli Konumen. Peneliti menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada followers akun instagam @eigeradventure. Sampel diperoleh dengan Teknik *Simple Random Sampling*, dengan rumus menurut Augusty Ferdinand sehingga diperoleh sampel sebanyak 56 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, pengaruh *Content marketing*(X) terdiri dari dari lima dimensi *Content Marketing* yang dapat meliputi sebagai berikut: Relevansi ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Minat beli Konsumen (Y) yakni sebesar 54,0%, Akurasi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Minat beli Konsumen (Y) yakni sebesar 65,0%, Bernilai ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap Minat beli Konsumen (Y) yakni sebesar 79,6%, Mudah Dipahami ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan terhadap Minat beli Konsumen (Y) yakni sebesar 52,4%, Mudah Ditemukan ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan terhadap Minat beli Konsumen (Y) yakni sebesar 82,4%. Sedangkan secara simultan, pengaruh *Content marketing* di akun Instagram @eigeradventure berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Followers Instagram sebesar 0,861 dengan presentase 86,1%. Sementara 13,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Content Marketing, Followers, Instagram, Minat Beli, Konsumen.*

## **ABSTRACT**

*Content marketing @eigeradventure won the award at the ICMA as The Best Content Marketing of the Year followed by 350 renowned brands, and also Eiger Adventure successfully opened its first International Store in Switzerland on March 15, 2023, which is one of Eiger's marketing Communication strategies to Eiger image increases and trigger the emergence of Consumer Buying Interest. By using the Content Marketing Theory which is the Marketing Communication Theory explains about the content created should be Relevant, Accurate, Valuable, Easy to Understand, Easily Find. The aim of this study is to investigate the extent to which the impact of @eigeradventure content on Instagram on Buyer's interest. The researchers used the Quantitative approach by spreading questionnaires to followers of instagram @eigeradventure accounts. The samples were obtained using the Simple Random Sampling Technique, with the formula according to Augusty Ferdinand to obtain a sample of 56 respondents. Data analysis in this study uses double linear regression. The results of the research showed partially, the influence of Content marketing (X) consists of five dimensions of Content Marketing which can include as follows: Relevance (X1) has a significant influence on Consumer Buy Interests (Y) of 54,0%, Accuracy (X2) has a meaningful influence upon Consumer Shopping Interest (Y), of 65,0%, Value (X3) has a substantial influence over Consumer Purchase Interests of 79,6%, Easily Understood (X4) have a significant impact on Customer Buy Interest of 52,4%, easy to find (X5) have a significative impact on consumer purchase interests of 82,4%. At the same time, the impact of content marketing on Instagram @eigeradventure account significantly affected Instagram Consumer Followers Buy Interest of 0.861 with a presentation of 86.1%. The remaining 13.9% were influenced by other variables that were not studied in this study.*

**Keywords:** *Content Marketing, followers, Instagram, Interested buying, Consumer*

## **RINGKESAN**

*Pemasaran konten @eigeradventure kening panghargaan dina acara ICMA salaku janten The Best Content Marketing of The Year anu diiluan ku 350 merek anu terkenal, sareng ogé Eiger Adventure suksés muka toko internasional anu munggaran di Swiss kaping 15 Maret 2023, anu mangrupikeun salah sahiji strategi komunikasi pamasaran Eiger supados citra Eiger janten ningkat sareng memicu Minat Beuli Konsumén. Panaliti ngagunakeun Téori Pemasaran Kandungan anu mangrupa Téori Komunikasi Pamasaran ngajelaskeun yén eusi nu dijieun kudu Relevansi, Akurasi, Niley, Gampang Dipahami, Gampang Dipanggihan. Tujuan tina ieu panalitian nyaéta pikeun mikanyaho sabaraha pangaruh eusi konten @eigeradventure dina Instagram kana minat beuli konsumen. Panaliti ngagunakeun pendekatan Kuantitatif ku cara nyebarkeun kuesioner ka pengikut akun Instagram @eigeradventure. Sampel dimeunangkeun ngagunakeun Téhnik Simple Random Sampling, kalayan rumus nurutkeun Augusty Ferdinand sangkan sampelna 56 réspodén. Analisis data dina ieu panalungtikan ngagunakeun régrési liniér berganda. Hasilna nuduhkeun yén sawaréh, pangaruh Content marketing (X) diwangun ku lima diménsi Content Marketing anu bisa ngawengku: Relevansi (X1) boga pangaruh signifikan kana Minat Beuli Konsumen (Y) anu sarua jeung 54,0%, Akurasi (X2) boga pangaruh signifikan kana Minat Beuli Konsumen (Y) sarua jeung 65,0%, Bernilai (X3) boga pangaruh signifikan kana minat beuli Konsumen (Y) sarua jeung 79,6%, Mudah Dipahami (X4) boga pangaruh anu signifikan kana minat beuli Konsumen (Y) nyaeta 52,4%, Gampang Dipanggihan (X5) boga pangaruh anu signifikan kana Minat Beuli Konsumen (Y) anu sarua jeung 82,4%. Samentara éta, sakaligus, pangaruh pamasaran eusi konten dina akun Instagram @eigeradventure miboga éfék anu signifikan dina Niat Beuli pamakéna pengikut Instagram kening 0,861 kalawan perséntasena 86,1%. Sedengkeun 13,9% sésana dipangaruhan ku variabel séjén anu henteu ditaliti dina ieu panalitian ieu.*

**Kata Konci : Pamasaran konten, Pangikut, Instagram, Minat Beuli, Konsumen.**