

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan konten Instagram @bukuakik terhadap keputusan pembelian buku pada pengikut akun tersebut. Dalam era digital, media sosial seperti Instagram menjadi platform penting bagi pemasaran produk, termasuk buku. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarakan kepada followers akun Instagram @bukuakik. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan konten Instagram @bukuakik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian buku. Berdasarkan analisis, sebanyak 69,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh konten Instagram, sedangkan 30,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas dan daya tarik konten Instagram memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Kata Kunci: Instagram, Terpaan Konten, Keputusan Pembelian, Buku Akik

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of exposure to @bukuakik Instagram content on book purchasing decisions for followers of the account. In the digital era, social media such as Instagram has become an important platform for marketing products, including books. This study uses a quantitative approach with a survey method through a questionnaire distributed to followers of the @bukuakik Instagram account. The research sample was taken using purposive sampling technique with a total of 100 respondents. The theory used in this research is AISAS Theory (Attention, Interest, Search, Action, Share). The results showed that exposure to @bukuakik Instagram content has a positive and significant influence on book purchasing decisions. Based on the analysis, 69,6% of purchasing decisions are influenced by Instagram content, while the remaining 30,4% are influenced by other factors. These findings indicate that the quality and attractiveness of Instagram content play an important role in influencing consumer purchasing behavior.

Keywords: *Instagram, Content Exposure, Purchase Decision, Buku Akik*