

ABSTRAK

Alfisyahr Muhammad (2017021004)

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BISNIS MAKANAN DAN MINUMAN DI MASA PANDEMI

COVID-19 sudah dideklarasikan sebagai Darurat Kesehatan Masyarakat secara Global (Global Public Health Emergency) oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada 30 Januari 2020. Pandemi ini membuat banyak restoran yang berfikir keras untuk bertahan melewati masa sulit yang sedang dihadapi ini, mulai dari pendapatan turun sampai hampir bangkrut pun harus dilalui oleh pengusaha restoran. Maka dari itu disaat seperti ini diperlukan inovasi dan kreativitas dalam pemasaran secara digital. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh digital marketing instagram terhadap keputusan pembelian konsumen pada bisnis makanan dan minuman di masa pandemi. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan 10 butir pernyataan dan melibatkan 45 responden pengguna media sosial Instagram. Teknik pemilihan partisipan menggunakan pendekatan purposive sampling untuk mengumpulkan data. Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa instagram berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada bisnis makanan dan minuman di masa pandemi.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Instagram, Pengambilan Keputusan, Bisnis Makanan dan Minuman.