

## ABSTRAK

### **PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *COPYWRITING* INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI DI SUMBERJAYA AUTOMOTIVE CENTER BANDAR LAMPUNG**

**Oleh:**

**MUHAMMAD GILANG RIZKI ANANDA**

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *content marketing* dan *copywriting* Instagram terhadap Minat beli di Sumberjaya Automotive Center Bandar Lampung. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah *follower* Instagram akun Sumberjaya Automotive Center Bandar Lampung. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel adalah non probability sampling dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 200 responden. Jenis Penelitian ini bersifat kuantitatif asosiatif dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil analisis menyatakan bahwa *content marketing* dan *copywriting* berpengaruh terhadap minat beli secara parsial maupun simultan pada konsumen Sumberjaya Automotive Center Bandar Lampung.

**Kata kunci : *Content marketing, Copywriting, Minat Beli***