

ABSTRAK***ANALISIS PENGARUH USER EXPERIENCE DAN DIGITAL CONTENT
ATTRACTION PADA INSTAGRAM @bara.lpg TERHADAP CUSTOMER
PURCHASE INTENTION***

Oleh:

NI KADEK PADMASARIE-mail : Kadekpadma96@gmail.com

Media sosial, khususnya Instagram, menjadi alat pemasaran yang efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menganalisis pengaruh user experience dan digital content attraction terhadap customer purchase intention pada akun Instagram @bara.lpg. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan regresi linear berganda. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dari 119 responden yang mengikuti akun @bara.lpg. Hasil penelitian menunjukkan bahwa user experience dan digital content attraction berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer purchase intention. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa pengalaman pengguna yang baik dan konten digital yang menarik dapat meningkatkan minat beli konsumen. Oleh karena itu, akun @bara.lpg direkomendasikan untuk terus meningkatkan interaksi dan daya tarik kontennya.

Keywords : Instagram, Digital Marketing, Pembelian Online.