

**PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN “KICKOFF” BRAND LOKAL  
MALE.ID PADA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN**

**Yeremia Immanuel H**

**ABSTRAK**

Sosial media merupakan bagian dari unsur sebuah promosi atau pemasaran yang kini banyak digunakan para pebisnis untuk menjalankan aktivitas bisnis daring (Online). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari strategi pemasaran yang bernama “Kickoff” ini terhadap minat beli konsumen. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R. Jenis penelitiannya adalah eksplanatif. Metode penelitian yang digunakan adalah survey. Populasi dalam penelitian ini adalah Followers dari akun Instagram @Male.id yang berjumlah 315.000 dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan probability sampling dengan metode simple random sampling. Teknik analisis pengaruh variabel X terhadap variabel Y menggunakan uji koefisien determinasi. Teknik pengujian data diproses menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi variabel X dengan variabel Y memiliki hubungan yang cukup berarti (Reliabel). Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 54,6%. Hasil itu ditunjang dengan hasil uji hipotesis yaitu **H<sub>0</sub>** ditolak dan **H<sub>a</sub>** diterima yang berarti strategi pemasaran “KickOff” yang dimiliki *brand* lokal Male.id berpengaruh terhadap tingkat minat beli konsumen.

**Kata Kunci** : Strategi Pemasaran, Sosial Media, Instagram, Minat beli

**THE INFLUENCE OF MARKETING COMMUNICATION STRATEGY “KICK OFF”  
LOCAL BRAND MALE ID ON SOCIAL MEDIA INSTAGRAM TOWARD BUYING  
INTEREST OF CONSUMERS**

**Yeremia Immanuel H**

*Abstract*

Social media is part of the elements of a promotion or marketing that is now widely used by business people to carry out online business activities. This research aims to find out how much the influence of marketing strategy called "Kickoff" is on consumer buying interest. The theory used in this research is the S-O-R theory. This research was conducted based on explanative research. The method used in this research is survey. The populations in this research were followers of @male.id Instagram. The population in this research were Followers of the Instagram @ Male.id account, which amounted to 315,000 with a sample of 100 respondents. The sampling technique uses probability sampling with a simple random sampling method. The analysis technique of the effect of variable X on variable Y uses the coefficient of determination test. The data testing technique is processed using SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 25. The results of this study indicate that the correlation of variable X with variable Y has a significant relationship (reliable). Based on the calculation of the coefficient of determination results obtained the influence of variable X on variable Y by 54.6%. These results are supported by the results of the hypothesis test that **H<sub>0</sub>** is rejected and **H<sub>a</sub>** is accepted, which means the marketing strategy "KickOff" owned by local brand Male.id influences the level of consumer buying interest.

**Key Words:** Marketing Strategy, Social Media, Instagram, Buying Interest.