

## ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini yaitu perkembangan industri sepak bola kian hari kian pesat dan telah merambah pada *Social Media* salah satunya instagram sehingga menjadi wadah oleh tim sepak bola untuk menjalin komunikasi dan intraksi dengan penggemarnya diluar lapangan . selain itu Instagram bisa menjadi *Social Media Marketing* bagi tim sepak bola untuk mempromosikan dan menjual produk yang seperti *Merchandise*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dan seberapa besar pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Minat beli *Merchandise* Persib pada instagram @persib\_officialstore. Persib salah satu tim sepak bola yang memanfaatkan *Social Media Marketing* memiliki instagram @persib\_officialstore Metodologi penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif, menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Populasi penelitian ini adalah *followers* instagram @persib\_officialstore, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil analisis data, menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan *Social Media Marketing* terhadap minat beli , dengan pengaruh sebesar 82,1%.

**Kata Kunci:** *Social Media Marketing*, Minat Beli , *Merchandise*, Sepak Bola, Instagram @persib\_officialstore

## ABSTRACT

*The background of this research is that the football industry is rapidly growing and has expanded into social media, one of which is Instagram. This platform has become a medium for football teams to communicate and interact with their fans off the field. Furthermore, Instagram can serve as Social Media Marketing for football teams to promote and sell products such as merchandise. This study aims to determine whether there is an effect, and how significant the effect of Social Media Marketing is on the purchasing interest of Persib merchandise on Instagram @persib\_officialstore. Persib is one of the football teams that utilizes Social Media Marketing and has the Instagram account @persib\_officialstore. The research methodology used is quantitative with a descriptive method, employing a questionnaire as a data collection tool. The population of this study is the followers of Instagram @persib\_officialstore, with a sample size of 100 respondents selected using purposive sampling. Based on the data analysis results, it shows that there is a significant influence of Social Media Marketing on purchasing interest, with an influence of 82.1%.*

**Keywords:** Social Media Marketing, Purchasing Interest, Merchandise, Football, Instagram @persib\_officialstore