**ABSTRAK**

Wahyu Tri Cahyo. NIM 2061201118 “Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo Pada Mahasiswa di Ciputat Timur” di bawah bimbingan Berlianingsih Kusumawati. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Promosi pada Media Sosial Instagram dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo Pada Mahasiswa di Ciputat Timur. Berdasarkan desain penilitian asosiatif kuantitatif, peniliti ingin menghitung seberapa tinggi pengaruh promosi media sosoal Instagram, minat beli terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penilitian ini adalah bahwa variable promosi media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian Menunjukan bahwa variable promosi media sosial Instagram berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, dengan nilai path coefficient (0,122), nilai T-statistic lebih besar dari 1,96 yakni (1,073) dan nilai P-value lebih kecil dari 0,05 yakni (0,000). Minat beli terhadap keputusan pembelian berdasarkan data yang diperoleh didapatkan nilai pathcoefficient (0,709) yang artinya positif, T-statistik lebih dari 1,96 (8,204) yang artinya signifikan dan nilai P lebih kecil dari 0,05 (0,000). Simpulannya adalah promosi media sosial Instagram dan Minat beli berpengaruh kuat secara simulta terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci: Promosi Media Sosial Instagram, Minat Beli, Keputusan Pembelian**