

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Fenni Ulandari, (2018): ANALISIS MINAT KONSUMEN PADA JASA FOLLOWER JEJARING SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN UIN SUSKA RIAU MENURUT PERSEPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Penelitian ini dilatar belakangi oleh berkembangnya jasa *follower* jejaring sosial *instagram* di kalangan mahasiswa fakultas ekonomi dan sosial jurusan manajemen pemasaran UIN Suska Riau di mana penjual follower ini telah menawarkan kemudahan dalam penjualan suatu barang atau jasa untuk menghemat biaya promosi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana minat konsumen terhadap pada jasa follower jejaring sosial instagram di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau, faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat konsumen pada jasa follower jejaring sosial instagram di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau, dan bagaimana tinjauan ekonomi Syariah terhadap minat konsumen pada jasa *followers* jejaring sosial *instagram* di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau.

Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial Jurusan konsentrasi Manajemen Pemasaran UIN Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2013-2014 yang berjumlah 93 sebagai sampel diambil sebanyak 10 orang mahasiswa. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* yaitu menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu dan ciri tertentu. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan angket dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat konsumen pada jasa follower jejaring sosial instagram terjadi karena adanya kemudahan yang di dapat pada para pengusaha di dunia online terutama di media sosial instagram. Seperti halnya mempermudah promosi, penjualan barang/jasa, media dakwah atau bahkan popularitas. Dilihat dari perspektif ekonomi syariah mengenai minat konsumen pada jasa followers instagram tidak bertentangan dengan prinsip syariah karena memberikan kemudahan pengguna dalam berbisnis.

Kata kunci: Minat Konsumen, media jejaring Sosial dan Follower