

RINGKASAN

Seiring dengan perkembangan zaman, minat belanja online di Indonesia semakin meningkat, terutama di tengah situasi saat ini, yang membuat masyarakat lebih percaya untuk bertransaksi di marketplace atau platform *e-commerce*. Maka dari itu para pelaku usaha harus dituntut memiliki ciri khas sendiri untuk menarik konsumen, untuk itu diperlukan inovasi pemasaran khususnya dalam *media social* sebagai sarana yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan dan perluasan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen Benih Seribuan dan mengetahui pengaruh *social media marketing* dan *content marketing* terhadap minat beli produk Benih Seribuan.

Metode dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Penelitian ini dilaksanakan selama bulan Februari hingga Maret 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah Followers Benih Seribuan dan konsumen yang pernah membeli produk Benih Seribuan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen Benih Seribuan, ditemukan mayoritas konsumen adalah anak muda hingga dewasa sebanyak 62%, dengan latar belakang pekerjaan yang beragam, namun mempunyai kesamaan hobi atau ketertarikan pada kegiatan berkebun atau menanam. Hasil penelitian menunjukkan *Social media marketing* dan *content marketing* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli produk Benih Seribuan dan berdasarkan nilai koefisien regresi, *content marketing* menunjukkan pengaruh yang lebih dominan dibanding *social media marketing*, artinya upaya yang dilakukan Benih Seribuan dalam memanfaatkan platform media sosial untuk berinteraksi dengan konsumen, serta menciptakan konten yang relevan dan menarik (seperti tips berkebun, tutorial, atau informasi produk), terbukti efektif dalam menumbuhkan keinginan calon pembeli untuk memiliki produknya.

SUMMARY

With the changing times, interest in online shopping in Indonesia is increasing, especially amidst the current situation, which has made people more trusting in transactions on marketplaces or e-commerce platforms. Therefore, businesses must develop their own unique characteristics to attract consumers. Marketing innovation, particularly in social media, is needed as a tool to increase sales and expand the market. This study aims to determine the characteristics of Benih Seribuan consumers and the influence of social media marketing and content marketing on purchasing interest in Benih Seribuan products.

The research method used is a case study. The research was conducted from February to March 2025. The population consisted of Benih Seribuan followers and consumers who had previously purchased Benih Seribu products. The sample size was 100 respondents selected using a purposive sampling technique. Data collection was conducted by distributing questionnaires to respondents. The data analysis method used in this study was multiple linear regression analysis with the help of the SPSS program.

The results of the study show that the characteristics of Benih Seribuan consumers, found that the majority of consumers are young people to adults as much as 62%, with diverse work backgrounds, but have the same hobby or interest in gardening or planting activities. The results of the study show that social media marketing and content marketing have a significant influence on the interest in purchasing Benih Seribuan products and based on the regression coefficient value, content marketing shows a more dominant influence than social media marketing, meaning that Benih Seribuan efforts in utilizing social media platforms to interact with consumers, as well as creating relevant and interesting content (such as gardening tips, tutorials, or product information), have proven effective in growing the desire of potential buyers to own their products.