

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

PENGARUH BRAND AMBASSADOR FIERSA BESARI? TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OUTDOOR EIGER PADA FOLLOWERS AKUN @EIGERADVENTURE DI INSTAGRAM

Ariq Abdurrahman Rais

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75354&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi, membuat kegiatan marketing public relation menggunakan media digital. Pada saat ini muncul banyaknya toko daring (online shop) di instagram. Instagram dipilih untuk dijadikan media untuk mempromosikan produk barang dan jasa. Melihat peluang di media sosial, Eiger memiliki akun Instagram @eigeradventure yang sangat aktif baik unggahan maupun membalas komentar dari para pengikutnya (followers), Eiger menggadeng fiersa besari sebagai brand ambassador dengan harapan dapat meningkatkan penjualan produk eiger.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dan Social Learning Theory¹. Pendekatan penelitian adalah kuantitatif dan jenis penelitian eksplanatif. Tujuan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel. Metode penelitian adalah survei. Populasi dalam penelitian ini adalah followers @eigeradventure sebanyak 2 juta dengan sampel sebanyak 100 responden dihitung dengan rumus slovin dan didapat dengan menggunakan teknik accidental sampling. Teknik pengumpulan data dengan survei dan studi pustaka. Teknik analisis data dengan uji regresi linear sederhana.

Kontribusi pengaruh X terhadap Y sebesar 13,8%. Koefisien korelasi yang didapat dari uji korelasi Pearson's Product Moment sebesar 0,372. Hasil Uji Anova yang menyatakan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) yang berarti hipotesis H_a diterima (Terdapat Pengaruh Brand Ambassador Fiersa Besari Terhadap Keputusan Pembelian Produk Outdoor Eiger Pada Followers Akun @eigeradventure di Instagram).

Pada penelitian selanjutnya diharapkan dengan menggunakan menggunakan teori yang berbeda seperti teori postmodern, yaitu teori masyarakat konsumsi Jean Paul Baudrillard untuk menganalisis perilaku konsumtif yang dilakukan oleh followers yang menunjukkan suatu gaya hidup dan variabel yang lebih banyak dari penelitian sebelumnya.