

ABSTRAK

PENGARUH KONTEN *ENDORSEMENT* "TOKO CIK LENNY" PADA AKUN INSTAGRAM FADIL JAIDI TERHADAP MINAT BELI (STUDI PADA *FOLLOWERS* AKUN @FADILJAIDI)

Oleh

Monica Dwi Retno Kumala Dewi

Jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia menurut *We Are Social & Hootsuite* sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Selain itu, 84% *online shop* mengatakan pemasaran Instagram efektif untuk perusahaan mereka dari tahun ke tahun. Salah satu selebgram yang memiliki konten unik promosi (*Endorse*) adalah selebgram Fadil Jaidi (@Fadiljaidi). Konten unik promosi (*Endorse*) dalam akun @Fadiljaidi yakni “Toko Cik Lenny”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten *endorsement* “Toko Cik Lenny” pada akun Instagram Fadil Jaidi terhadap minat beli. Penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatori (*explanatory research*) yang bertujuan untuk menguji hipotesis secara empiris beserta penafsirannya yang dijelaskan secara faktual dengan berdasarkan teori dan fakta. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung angkatan 2017 dan 2018 sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan metode survei dan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana, untuk menguji hipotesis setiap variabel bebas digunakan uji t. Hasil penelitian menunjukkan variabel konten *endorsement* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli dari konten *endorsement* “Toko Cik Lenny” akun Instagram Fadil Jaidi.

Kata Kunci* : *Endorsement, Instagram, Media Sosial, Minat Beli.

ABSTRACT

THE EFFECT OF ENDORSEMENT CONTENT "TOKO CIK LENNY" ON FADIL JAIDI'S INSTAGRAM ACCOUNT ON PURCHASE INTEREST (STUDY OF @FADILJAIDI ACCOUNT FOLLOWERS)

By

Monica Dwi Retno Kumala Dewi

The number of active social media users in Indonesia according to We Are Social & Hootsuite is 167 million people in January 2023. In addition, 84% of online shops say Instagram marketing is effective for their company from year to year. One of the celebrities who has unique promotional content (Endorsement) is the celebgram Fadil Jaidi (@Fadiljaidi). Unique promotional content (Endorsement) in the @Fadiljaidi account, namely "Cik Lenny Shop". This research aims to find out how much influence the endorsement content "Toko Cik Lenny" on Fadil Jaidi's Instagram account has on buying interest. This research uses explanatory research which aims to empirically test hypotheses along with their interpretation which is explained factually based on theory and facts. The samples taken in this research were 100 students from the Faculty of Social and Political Sciences, University of Lampung, class of 2017 and 2018, determined using survey methods and purposive sampling techniques. The data collection technique uses a questionnaire whose validity and reliability have been tested. The data analysis technique used is simple linear regression, to test the hypothesis for each independent variable the t test is used. The research results show that the endorsement content variable has a positive and significant effect on purchase interest from the endorsement content of "Toko Cik Lenny" on Fadil Jaidi's Instagram account.

Keywords: Endorsement, Instagram, Social Media, Purchase Interest.