

ABSTRAK

PENGARUH *INFLUENCER REVIEW ENDORSE* PADA INSTAGRAM TERHADAP SIKAP BELI PRODUK (STUDI PADA *FOLLOWERS @FADILJAIDI*)

Oleh:

AHMAD FAKHRI ALFARIDZHI

Kehadiran media massa dalam tatanan masyarakat modern, menggunakan media periklanan berbasis media sosial adalah salah satu pilihan untuk meningkatkan pembelian. *Influencer review endorse* adalah salah satu metode yang paling diminati oleh perusahaan, dengan menggunakan selebriti yang menarik, mempunyai popularitas yang tinggi serta dapat dipercaya oleh publik yang dituju dapat membuat produk yang dipromosikan menjadi dikenal, diketahui dan diminati oleh konsumen. Rumusan masalah penelitian ini adalah Seberapa besar pengaruh *review endorse* pada akun Instagram @fadiljaidi terhadap sikap beli produk. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif melalui kuesioner dan studi pustaka serta data yang sudah dikumpulkan kemudian di uji mulai dari uji validitas dan reliabilitas, regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan uji statistik t atau *t test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *review endorse* pada akun Instagram @fadiljaidi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sikap beli produk di mana *review endorse* pada akun Instagram @fadiljaidi memiliki pengaruh sebesar 22.8% terhadap sikap beli produk.

Kata Kunci: *Followers, Endorse, Influencer, Sikap Beli*

ABSTRACT

INFLUENCE INFLUENCER REVIEW ENDORSE ON INSTAGRAM TOWARDS PRODUCT BUYING ATTITUDE (STUDY ON FOLLOWERS @FADILJAIDI)

By:

AHMAD FAKHRI ALFARIDZHI

The presence of mass media in modern society, using social media-based advertising media is one option to increase purchases. Influencer review endorse is one of the methods that is most popular with companies, by using celebrities who are attractive, have high popularity and can be trusted by the target public, it can make the product being promoted become well-known, known and in demand by consumers. The formulation of this research problem is How big is the influence review endorse on the Instagram account @fadiljaidi regarding product purchasing attitudes. This research uses quantitative research through questionnaires and literature studies and the data that has been collected is then tested starting from validity and reliability tests, simple linear regression, coefficient of determination and t or t statistical tests test. The research results show that review endorse on the Instagram account @fadiljaidi has a positive and significant influence on the attitude of deciding where to buy a product review endorse on the Instagram account @fadiljaidi has an influence of 22.8% on product purchasing attitudes.

Keywords: *Buying Attitude, Followers, Endorse, Influencer*