

BAGAIMANA HUBUNGAN DAYA TARIK ENDORSER GAMIS SALEKHA.OFFICIAL DENGAN MINAT BELI PENGGUNA INSTAGRAM

¹Agus Faiscal dan ²M Jamiluddin Ritonga

¹Universitas Esa Unggul, Jakarta

²Universitas Esa Unggul, Jakarta

Agusfaiscal84@gmail.com

Jamiluddin8@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan daya tarik endorser gamis salekha.official dengan minat beli pengguna instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif korelasional, sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan accidental sampling. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, Daya tarik Endorser dan Minat Beli Pengguna Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Daya Tarik Endorser (X) memiliki hubungan yang positif dengan Minat Beli (Y) dengan nilai 0,599. Selain itu tingkat signifikannya adalah $0,000 < 0,05$ dan dengan demikian dapat dikatakan daya tarik endorser salekha dengan minat beli pengguna instagram memiliki tingkat hubungan yang kuat. Penilaian responden berdasarkan usia, jenis kelamin, lama mengikuti instagram salekha.official tidak mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Hal tersebut sesuai dengan teori x dan y. berdasarkan hasil penelitian tersebut, Salekha.official membutuhkan seorang endorser untuk bisa membuat daya tarik yang menumbuhkan minat beli pada pengguna instagram.

Kata Kunci : Daya Tarik, Endorser, Minat Beli, Instagram

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between the attractiveness of the salekha.official gamis endorser with the interest of Instagram users. The research method used is descriptive correlational, the sampling used in this study using accidental sampling. In this study, there are two variables, Endorser's Attraction and Purchase Interest of Instagram Users. The results of this study indicate that Endorser Attraction (X) has a positive relationship with Purchase Intention (Y) with a value of 0.599. In addition, the level of significance is $0.000 < 0.05$, and thus it can be said that the attractiveness of endorsers salekha and purchase interest of Instagram users has a strong level of relationship. Respondents' assessment based on age, gender, length of time following the salekha.official Instagram did not affect the purchase decision. This is in line with the theory of x and y. based on the results of this study, Salekha.official requires an endorser to be able to create an attraction that fosters buying interest in Instagram users.

Keywords: Attractiveness, Endorser, Purchase Interest, Instagram

