

ABSTRAK

Meidhita Cahya Tariva. 13819640. Pengaruh Terpaan Iklan Dan Penggunaan *Brand Ambassador* (Syifa Hadju) pada Akun Instagram @Azarinecosmeticofficial terhadap Minat Beli Followers

Kata kunci: Terpaan Iklan, *Brand Ambassador*, Instagram, Minat Beli

(xv+99+Lampiran)

Penelitian ini dilatar belakangi oleh terpaan iklan produk kecantikan yang bernama azarine. Munculnya iklan dengan menggunakan *brand ambassador* menimbulkan reaksi minat beli konsumennya. Iklan tersebut dibuat melalui media sosial instagram dimana instagram digunakan untuk berbagi momen berupa foto dan video, namun saat ini instagram banyak digunakan pebisnis untuk melangsungkan penjualannya. Iklan dengan menggunakan *brand ambassador* merupakan salah satu strategi pebisnis untuk mendapatkan keuntungan. *Brand ambassador* sebagai pendukung iklan juga perlu disesuaikan dengan produknya. Tujuannya agar menimbulkan daya tarik calon konsumen. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh terpaan iklan dan penggunaan *brand ambassador* (syifa hadju) pada akun instagram @azarinecosmeticofficial terhadap minat beli followers. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *S-O-R*, teori yang menjelaskan bagaimana suatu rangsangan mendapatkan respon. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* dan ditentukan dengan rumus *Slovin* untuk populasi yang belum diketahui dengan total sampel sebanyak 400 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan iklan dan penggunaan *brand ambassador* (syifa hadju) terhadap minat beli *followers*.

Daftar Pustaka (2003-2022)