

**PENGARUH PEMANFAATAN *BUZZER* BRAND ERIGO
TERHADAP PENINGKATAN DAYA TARIK IKLAN
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Ditulis Oleh :
Ismi Nurul Rahmattillah

Dibimbing Oleh:
Mutia Tri Satya, S. Sos., Msi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Pemanfaatan *Buzzer*, terhadap Daya Tarik Iklan di Media Sosial Instagram serta untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Pemanfaatan *Buzzer* Brand Erigo Terhadap Peningkatan Peningkatan Daya Tarik Iklan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini menggunakan *followers* Instagram Erigo. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini melalui *probability sampling* yaitu *simple random sampling*. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel *Buzzer* termasuk dalam kategori “kurang baik” dan variabel Daya Tarik Iklan di media sosial Instagram termasuk dalam kategori “kurang baik”. Hasil analisis verifikatif menunjukkan variabel *Buzzer* secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap variabel Daya Tarik.

Kata Kunci : *Buzzer* dan Daya Tarik

**PENGARUH PEMANFAATAN *BUZZER* BRAND ERIGO
TERHADAP PENINGKATAN DAYA TARIK IKLAN
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Written By :
Ismi Nurul Rahmattillah

Preceptor :
Mutia Tri Satya, S. Sos., Msi

ABSTRACT

This study aims to find out how the use of buzzers affects consumer attractiveness on Instagram social media and to find out how much the use of brand Erigo buzzers increases consumer attractiveness. The research method used in this research is a descriptive and verification method. The population in this study uses Erigo Instagram followers. The sampling technique used in this study was through probability sampling, namely simple random sampling. Data collection through distributing questionnaires to 100 respondents. The analytical method used in this research is simple linear regression analysis. Based on the descriptive analysis results, the Buzzer variable is included in the "not good" category and the Consumer Attractiveness variable on Instagram social media is included in the "not good" category. The results of the verification analysis show that the Buzzer variable partially and simultaneously influences the Attractiveness variable.

Keywords : Buzzer and Attractiveness