

**ANALISIS PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
BRAND AWARENESS STIE EKUITAS MELALUI SELEBGRAM
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Ditulis Oleh:
Elsa Nur Rohim

Dibimbing Oleh:
Fitri Lestari, S.Pd., M.M.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness* STIE Ekuitas Melalui Selebgram Sebagai Variabel Moderasi. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan data primer. Teknik sampling yang digunakan adalah dengan purposive sampling. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana dan uji MRA. Banyaknya populasi dan sample dalam penelitian ini 100 *Followers* Instagram STIE Ekuitas. Pengambilan sample menggunakan metode purposive sampling dengan sumber yang diperoleh melalui hasil pengisian kuesioner dan diproses dengan bantuan software SPSS Version 29.0. Hasil penelitian menunjukan bahwa Media Sosial Instagram berpengaruh signifikan Terhadap *Brand Awareness* STIE Ekuitas Melalui Selebgram Sebagai Variabel Moderasi.

Kata kunci : Media Sosial Instagram, *Brand Awareness*, Selebgram

***ANALYSIS PROMOTION INSTAGRAM SOCIAL MEDIA STIE EKUITAS
OF BRAND AWARENESS THROUGH SELEBGRAM AS A MODERATION
VARIABLE***

Written By:
Elsa Nur Rohim

Preceptor:
Fitri Lestari, S.Pd., M.M.

ABSTRACT

This study aims to determine Instagram Social Media Analysis of STIE Equity Brand Awareness Through Selebgram as a Moderation Variable. The research approach used in this research is descriptive analysis and verification using primary data. The sampling technique used is purposive sampling. The statistical analysis used in this study is the classical assumption test, validity test, reliability test, simple linear regression analysis and MRA test. The population is large and the sample in this study is 100 Followers Instagram STIE Ekuitas. Sampling used a purposive sampling method with sources obtained through filling out questionnaires and processed with the help of SPSS Version 29.0 software. The results of the study show that Instagram Social Media has an effect on STIE Equity Brand Awareness Through Selebgram as a Moderation Variable.

Keywords: Social Media Instagram, Brand Awareness, Selebgram