

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *ADVERTISING***

Skripsi, Juni 2022

**UPI MADALENA
2018140294**

**Pengaruh Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram Terhadap
Keputusan Pembelian (survei pada *followers @erigostore*)**

ABSTRAK

Saat ini, banyak sekali merek/*brand* lokal di bidang *fashion* yang berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik. Bergaya dengan berbagai macam pakaian yang terlihat bagus, keren, dan milenial merupakan hal yang banyak dilakukan oleh khalayak luas saat ini. Oleh karena itu, sangat penting bagi merek/*brand* lokal untuk membawa inovasi baru di dunia *fashion*. Erigo merupakan salah satu *brand* lokal yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat terutama di media sosial, Erigo memiliki berbagai macam jenis produk *fashion* seperti *T-Shirt*, kemeja, Jaket, *Boomber*, Celana dan produk *fashion* lainnya. Selain karena memiliki kualitas yang bagus, Erigo juga memiliki konten yang menarik dalam memasarkan produknya sehingga membuat para konsumen selalu ingin mengikuti *trend* yang diciptakan oleh Erigo dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumennya. Terkait hal tersebut, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui konten yang diposting oleh Erigo #turkeytakeover di Instagram, keputusan pembelian *followers* Instagram Erigo, dan pengaruh konten Erigo #turkeytakeover di Instagram terhadap keputusan pembelian *followers* Instagram @erigostore. Teori yang digunakan adalah konten Instagram dengan 3 dimensi utama, *Feeds*, *IGTV/Reels*, dan *Stories*, dan teori keputusan pembelian dengan 5 dimensi antara lain: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi *alternative*, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun Instagram Erigo @erigostore dengan jumlah populasi 510 dan sampel 84 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Erigo #turkeytakeover di Instagram memiliki hubungan yang positif dan kuat sebesar 0,642 terhadap keputusan pembelian. Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,512 atau sebesar 51,2%, sementara sisanya 48,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Konten, Instagram, Keputusan Pembelian
Referensi : 5 Buku + 6 Jurnal, dan 4 Situs Website
Pembimbing : Dr. Oktaviana Purnamasari, M.Si.