

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING
Skripsi, Juli 2022
Bagas Saputra 2018140019
Pengaruh Akun Instagram @yamahaindonesia Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Yamaha Nmax 155
(Survey pada Followers Instagram @yamahaindonesia)**

ABSTRAK

Akun Instagram merupakan sosial media layanan aplikasi yang dapat memungkinkan pengguna menyebarkan postingan seperti foto, video yang dapat dibagikan ke jejaring sosial media lainnya. Pengguna Instagram juga bisa berinteraksi dengan akun lain melalui berbagai konten yang disediakan Instagram seperti, like, comment, direct message, dan story Instagram. Tersedianya berbagai fitur dalam satu aplikasi menjadi alasan utama ketertarikan pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Fitur-fitur baru yang selalu dihadirkan oleh Instagram semakin memunculkan sifat ketergantungan pada aplikasi ini. YamahaIndonesia merupakan sebuah aplikasi yang berbasis digital untuk membantu para masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah 1). Mengetahui akun Instagram Yamaha di mata *followers* @yamahaindonesia. 2). Mengetahui keputusan pembelian motor Yamaha pada *Followers* @yamahaindonesia. 3). Adakah dan seberapa besar pengaruh keputusan pembelian *Followers* @yamahaindonesia.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konten instagram Miles, keputusan penggunaan aplikasi Kotler dan Keller. Pendekatan dalam penelitian ini kuantitatif dengan menggunakan metode kuesioner. Teknik pengumpulan data Uji regresi linear sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah followers akun Instagram @yamahaindonesia sejumlah 83 responden dihitung menggunakan rumus slovin teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling.

Temuan atau hasil penelitian ini adalah Akun Instagram sebagian besar responden menjawab sangat setuju. dimensi IG TV Pernyataan ke-7 memiliki nilai mean 3,77. Responden menjawab bahwa postingan video pada fitur Instagram tv dapat menarik keputusan pembelian konsumen dalam memberikan update terbaru mengenai produk

yamaha. Sedangkan nilai terendah dari dimensi caption Pernyataan ke-3 dengan jumlah 3,60 responden menjawab saya memberikan like pada akun @yamahaindonesia karna memiliki postingan foto atau video yang menarik seputar sepeda motor. Keputusan pembelian sebagian besar responden menjawab sangat setuju. Dimensi evaluasi alternatif dengan jumlah 3,81 responden menjawab memutuskan untuk membeli Yamaha Nmax 155 karena hadiah dan diskon yang ditawarkan pada akun Instagram @yamahaindonesia. Terdapat pengaruh antara akun Instagram dengan keputusan pembelian Yamaha Nmax 155 sebesar 0,463 atau 46,3%. Artinya akun Instagram berpengaruh sedang terhadap keputusan pembelian Yamaha Nmax 155. Sedangkan sisanya 54,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Akun, Instagram, Keputusan Pembelian.

Refrensi : 12 Buku, 3 Jurnal dan 3 Situs web

Pembimbing : Jamiati KN, S.I.Kom, M.I.Kom