

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI ADVERTISING  
Skripsi, Agustus 2023**

**Vicky Kusuma Wijaya  
2017140204**

**PENGARUH TERPAAN IKLAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM @SPORTAWAYS TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(114Halaman + 40 Tabel + 2 Gambar + Lampiran)

**ABSTRAK**

Iklan menyebarkan suatu pesan kepada khalayak di media elektronik seperti instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terpaan iklan media sosial instagram @Sportaways, dan kedua Keputusan pembelian @Sportaways serta pengaruh terpaan iklan media sosial instagram @Sportaways terhadap keputusan pembelian *followers* @Sportaways. Teori yang digunakan adalah terpaan iklan meliputi frekuensi, intensitas, dan durasi serta keputusan pembelian meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data dengan menyebar kuesioner *tag pada photo followers* sebanyak 66 responden. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan Variabel X terpaan dengan nilai tertinggi 4,38 dengan pernyataan “Saya menyaksikan iklan Sportaways di instagram lebih dari 1 kali” dan pada Variabel Y keputusan pembelian nilai tertinggi 4,53 dengan pernyataan “Saya melakukan pembelian berulang di Sportaways”, dan hasil yang terakhir adalah adanya pengaruh sebesar 48,0%, sementara sisanya 52,0% dipengaruhi faktor di luar variabel penelitian.

Kata Kunci : Sportaways, Terpaan,  
Keputusan pembelian  
Referensi : 17Buku, 8Jurnal, 2  
Skripsi, 2 *Website*  
Dosen Pembimbing : Jamiati KN, S.I.Kom,  
M.I.Kom