

## ABSTRAK

### **Pengaruh Penggunaan *Fitur Twitter* WRP diet Terhadap Minat Beli *Followers* Akun Twitter @WRPdiet**

WRP *diet* adalah nama merek produk dagang asli Indonesia yang dikembangkan oleh PT. Nutrifood Indonesia. Akun twitter @WRPdiet berupaya untuk menjawab setiap pertanyaan yang diberikan oleh konsumen dalam penggunaannya tentu saja akun @WRPdiet menggunakan fitur yang ada pada twitter sesuai dengan kebutuhan dari akun @WRPdiet itu sendiri.

Tinjauan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi pemasaran, teknologi komunikasi, *new media*, *twitter*, teori AIDDA, dan minat beli. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis statistik yang digunakan dalam menganalisa data penelitian adalah analisa regresi berganda yaitu teknik parametrik yang digunakan untuk menganalisis dua atau lebih variabel independent dengan satu variabel dependent tunggal. Sampling yang dilakukan adalah acak atau *random sampling* atau *probability sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden.

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah besar pengaruh *fitur* twitter WRP diet terhadap minat beli *followers* akun twitter @WRPdiet adalah sebesar 66,4% sedangkan sisanya 33,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : WRP diet, Fitur Twitter, Minat Beli.

## **ABSTRACT**

### ***Effect of the Use of Twitter Features WRP diet on the Buying Interest of the Followers of @WRPdiet Twitter Account***

*WRP diet is a trademark a made-in-Indonesia product that PT. Nutrifood Indonesia develops. @WRPdiet twitter account tries to answer any questions that its consumer asked. In its application, @WRPdiet twitter account of course uses the features existing in twitter according to the needs of @WRPdiet twitter account itself.*

*The theoretical review used in this research was marketing communication, communication technology, new media, twitter, AIDDA theory, and buying want. The type of this research used a quantitative method. The statistical analysis used in analyzing the research data was a multiple regression analysis, that is, a parametric technique used to analyze two or more independent variables with one single dependent variable. The sampling conducted was a random sampling or probability sampling by a total respondent of 100.*

*The result found from the research was that the effect of @WRPdiet twitter features on the buying interest of the followers of @WRPdiet twitter account was 66.4%, the remaining 33.6% being affected by other factors beyond this research.*

*Keywords: Use, Twitter Features, Buying Interest*