

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh iklan instagram story Hijup Hevea terhadap sikap konsumen. Analisis ini menggunakan variabel independen yaitu iklan dengan sub variabel elemen iklan online dan variabel dependen adalah sikap konsumen dengan sub variabel kognitif, afektif, konatif. fitur Instagram yang semakin hari semakin berkembang, Instagram yang dahulu hanya bisa membagikan foto saja tetapi sekarang juga bisa membagikan cerita lewat video pendek, Instagram story, serta ada fitur live, dimana pengguna Instagram bisa melakukan live broadcast dimanapun dan kapanpun, dan yang terbaru ada IGTV yang bisa memposting video berdurasi panjang dan juga instagram sekarang banyak bermunculan iklan baik dari foto ataupun di instagram story dalam periklanan juga terdapat berbagai macam tahapan atau proses agar produk tersebut berhasil masuk pasar salah satunya adalah sikap konsumen yaitu kognitif, afektif dan konatif. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif deskriptif Populasi dalam penelitian ini yaitu followers instagram Hijup sedangkan sample dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sehingga didapat jumlah tertentu yang harus dipenuhi. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner yang disebarakan kepada para followers Hijup. Sedangkan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, dengan pengujian hipotesis uji statistik t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besaran pengaruh iklan instagram story Hijup Hevea terhadap kognitif berpengaruh sebesar 44,7% saja dari 100%, pengaruh iklan instagram story Hijup Hevea terhadap afektif berpengaruh sebesar 51,2% dari 100%, dan pengaruh iklan instagram story Hijup Hevea terhadap konatif berpengaruh sebesar 37,1% dari 100%

Kata Kunci : Iklan, Instagram, Kognitif, Afektif, Konatif, Hijup