

ABSTRAK

PT Soka Cipta Niaga merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produksi, distribusi kaos kaki. Maka dari itu peneliti menemukan masalah dalam kegiatan perusahaan yaitu terdapat penurunan penjualan diduga kurangnya daya tarik dalam *familiarity* atau kepopuleran dari *celebrity endorsement* yang dipilih pada saat ini, artinya *celebrity endorsement* yang dipilih kurangnya dalam kepopuleran di masyarakat. Tujuan dalam penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui penerapan *celebrity endorsement* di PT Soka Cipta Niaga pada Instagram @soka_indonesia, 2) Untuk mengetahui kondisi penjualan kaos kaki di PT Soka Cipta Niaga, 3) Untuk mengetahui pengaruh *endorsement* sosial media Instagram @soka_indonesia terhadap peningkatan penjualan di PT Soka Cipta Niaga, 4) Untuk mengidentifikasi hambatan dan usaha dalam melakukan *celebrity endorsement* pada sosial media Instagram @soka_indonesia di PT Soka Cipta Niaga.

Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dengan populasi 50 dan dengan menggunakan sampel jenis *probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*, menggunakan rumus slovin dapatkan 33 sampel. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif yang meliputi uji validitas, reliabilitas, uji regresi linier sederhana, uji f dan uji t untuk membuktikan hipotesis, uji analisis *rank spearman* dan koefisien determinasi (R^2). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana yang berfungsi untuk melihat pengaruh.

Berdasarkan uji hipotesis (uji t) yang diolah pada program spss 23.0. pada tabel *coefficients, celebrity endorsement* memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. maka H_0 diterima sehingga H_a ditolak, artinya signifikan. Dan variabel *Endorsement* mempunyai pengaruh sebesar sebesar 43,8% terhadap variabel peningkatan penjualan. Sedangkan 56,2% lainnya dipengaruhi oleh factor-faktor diluar dari variabel *celebrity endorsement*.

Celebrity endorsement memiliki daya tarik yang kurang terutama dalam kepopuleran. selektif sehingga dapat sesuai dengan target pasar PT Soka Cipta Niaga dalam pemasaran produk kaos kaki. Untuk meningkatkan penjualan PT Soka harus memilih *celebrity endorser* yang sedang populer dikalangan masyarakat. *Celebrity* yang populer memiliki banyak pengikut dan lebih dikenal oleh banyak masyarakat. Untuk mendapatkan *celebrity endorser* yang populer PT Soka membutuhkan biaya lebih dalam melakukan *endorsement*.

Kata Kunci: *Celebrity endorsement*, Sosial media Instagram, Peningkatan penjualan dan kaos kaki.

ABSTRACT

PT Soka Cipta Niaga is a company engaged in the production, distribution of socks. Therefore, researchers found a problem in the company's activities, namely there was a decrease in sales suspected of lack of attractiveness in the familiarity or popularity of celebrity endorsements selected at this time, meaning that celebrity endorsements selected lacked popularity in the community. The purpose in this study is 1) Supporting a celebrity endorsement application at PT Soka Cipta Niaga on Instagram @soka_indonesia, 2) Helping to provide an Instagram social endorsement @soka_indonesia to increase sales at PT Soka Cipta Niaga, 3) To identify obstacles and businesses in providing celebrity endorsements on Instagram social media @soka_indonesia at PT Soka Cipta Niaga.

The data collection technique uses a questionnaire method with a population of 50 and using a sample the type of probability sampling used is purposive sampling, using the formula slovin get 33 samples. Then an analysis of the data obtained in the form of quantitative analysis which includes validity, reliability tests, simple linear regression tests, f tests and t tests to prove hypotheses, spearman rank analysis tests and determination coefficients (R^2). The data analysis technique used is a simple linear regression analysis that serves to see the influence.

Based on the hypothesis test (test t) processed in the spss 23.0 program. In the coefficients table, celebrity endorsement has a significance value of $0.000 < 0.05$. then H_0 was accepted so that H_a was rejected, meaning significant. And variable Endorsement has an influence of 43.8% on the increase in sales. While the other 56.2% is influenced by factors outside of celebrity endorsement variables.

Celebrity endorsements have less appeal especially in popularity. selective so that it can be in accordance with the target market of PT Soka Cipta Niaga in the marketing of socks products. To increase sales, PT Soka must choose a celebrity endorser who is popular among the public. The popular celebrity has a large following and is better known by many people. To get a popular celebrity endorser PT Soka requires more costs in doing endorsements.

Keywords: Celebrity endorsement, Social media Instagram, Increased sales and socks

ABSTRAK

PT Soka Cipta Niaga mangrupikeun perusahaan anu aya dina produksi sareng distribusi kaos kaki. Ku kituna, panalungtik manggihan masalah dina kagiatan pausahaan, nya éta aya panurunan dina penjualan, disangka kurangna daya tarik dina kaakraban atawa popularitas selebritis endorsement anu dipilih dina waktos ieu, hartina celebrity endorsement dipilih nya. kurang popularitas di masarakat. Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta 1) Pikeun manggihan aplikasi endorsement selebritis di PT Soka Cipta Niaga dina Instagram @soka_indonesia, 2) Pikeun mikanyaho kaayaan ngajual kaos kaki di PT Soka Cipta Niaga, 3) Pikeun mikanyaho pangaruh endorsement média sosial Instagram @soka_indonesia kana ngaronjatna penjualan di PT Soka Cipta Niaga, 4) Mengidentifikasi kendala dan upaya dalam melakukan endorsement selebriti di media sosial Instagram @soka_indonesia di PT Soka Cipta Niaga.

Téhnik ngumpulkeun data ngagunakeun métode angkét kalayan populasi 50 sarta ngagunakeun sampel, jenis *probability sampling* anu digunakeun nya éta *purposive sampling*, ngagunakeun rumus slovin meunang 33 sampel. Saterusna dianalisis data anu dimeunangkeun dina wangun analisis kuantitatif anu ngawengku validitas, reliabilitas, uji regresi linier basajan, uji f jeung uji t pikeun ngabuktikeun hipotésis, uji analisis rank Spearman jeung koefisien determinasi (R^2). Téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta analisis régrési linier basajan anu fungsina pikeun ningali pangaruhna.

Dumasar kana uji hipotésis (uji t) anu diolah dina program SPSS 23.0. dina tabel koefisien, *endorsement* selebritis miboga nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. tuluy H_0 ditarima jadi H_a ditolak, hartina signifikan. Jeung variabel Endorsement miboga éfék 43,8% kana variabel nambahan jualan. Sedengkeun 56,2% séjénna dipangaruhan ku faktor di luar variabel endorsement selebritis.

Endorsements selebritis boga daya tarik kirang, utamana dina hal popularitas. selektif sangkan bisa cocog jeung target pasar PT Soka Cipta Niaga dina pamasaran produk kaos kaki. Pikeun ngaronjatkeun penjualan, PT Soka kudu milih celebrity endorser anu ayeuna populer di kalangan masarakat. Selebriti populér ngagaduhan seueur pengikut sareng langkung dikenal ku seueur jalma. Pikeun meunangkeun *endorser* selebritis populér, PT Soka merlukeun waragad leuwih dina ngalakukeun *endorsements*.

Konci: Dukungan selebritis, média sosial Instagram, Ngaronjat penjualan sareng kaos kaki.