

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA YANAIL STUDIO

ABSTRAK

Yanail Studio merupakan salah satu studio *nails* yang terdapat di daerah Denpasar. Yanail Studio menyediakan lebih dari 300 pilihan warna kutek gel dan berbagai macam pilihan desain *nails art*. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial *instagram* terhadap *brand awareness* pada Yanail Studio. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jumlah populasi sebesar 492 akun yang diambil dari jumlah *followers instagram* Yanail Studio. Akun yang diambil merupakan akun yang aktif berinteraksi dari rentan tanggal 8 Maret – 14 Maret 2024 pada *dashbor* profesional akun *instagram*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 responden dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear Sederhana dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 24. Berdasarkan hasil Analisis Regresi Linear Sederhana didapatkan hasil $y = 2,020 + 0,586x$ yang berarti secara statistik menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel media sosial *instagram* (X) terhadap *brand awareness* (Y) dengan nilai B sebesar 0,586 dimana setiap kenaikan variabel media sosial *instagram* sebesar satu satuan maka akan menyebabkan meningkatnya variabel *brand awareness* sebesar 0,586 dengan tingkat signifikansi t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Untuk besarnya pengaruh variabel media sosial *instagram* terhadap *brand awareness* berdasarkan analisis determinasi adalah 62,6%.

Kata Kunci: Pemasaran, Media Sosial Instagram, *Brand Awareness*

**THE IMAGE OF INSTAGRAM IN INCREASING BRAND AWARENESS
AT YANAIL STUDIO**

ABSTRACT

Yanail Studio is one of the nail studios in the Denpasar area. Yanail Studio offers more than 300 gel polish colors and a variety of nail art designs. This study was conducted to determine the impact of Instagram social media on brand awareness at Yanail Studio. This study employs quantitative research methods, drawing from Yanail Studio's Instagram followers, a population of 492 accounts. The study focused on accounts that actively interacted on Yanail Studio's professional dashboard Instagram account between the vulnerable dates of March 8–March 14, 2024. The sample size in this study was 50 respondents, using simple random sampling techniques. Simple linear regression is the data analysis technique used with the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 24 program. The simple linear regression analysis showed that $y = 2.020 + 0.586x$. This means that there is a positive and significant relationship between the social media variable Instagram (X) and brand awareness (Y), with a B value of 0.586. This means that every unit increase in Instagram will cause an increase in brand awareness by 0.586, with a significance level t of 0.000, which is less than 0.05. This means that H_0 is not true and H_1 is true. According to the determination analysis, the impact of Instagram social media variables on brand awareness is 62.6%.

Keywords: *Marketing, Instagram Social Media, Brand Awareness*