

PENGARUH ISU PLAGIARISME DESAIN TERHADAP BRAND IMAGE DI INSTAGRAM @erigostore

ABSTRAK

Abstract: According wearesocial.com data, Instagram ranks fourth as the most used social media platforms, worth of 79%. This research aims to know issue of design plagiarism influence is brand image on Instagram @erigostore. This research used a positivism paradigm with quantitative approach and explanative survey methods. Data obtained using questionnaires, then analyzed using analysis of correlation Pearson's Product Moment and a simple linear regression analysis. The theory used in this research is the theory of Stimulus-Response (S-R). On the basis of the hypothesis test, it can be concluded that there's influence between the "design plagiarism on brand image Erigo on Instagram @erigostore. On the basis of the Pearson's Product Moment, tiers of level worth of 0,927 and it shows the strongest level. There is influence between design plagiarism with brand image Erigo on Instagram worth of 62%.

Keywords: brand image, instagram, positivism paradigm, desain plagiarisme, S-R theory

Abstrak: Berdasarkan data wearesocial.com, Instagram menduduki posisi ke-empat sebagai media sosial yang paling sering digunakan yaitu sebanyak 79%. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh isu plagiarisme desain terhadap brand image Erigo di Instagram @erigostore. Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei eksplanatif. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan analisis korelasi Pearson's Product Moment dan analisis regresi linier sederhana. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Stimulus-Respon (S-R). Berdasarkan uji hipotesis dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh plagiarisme desain terhadap brand image di Instagram @erigostore. Berdasarkan Pearson's Product Moment, hasil tingkatan hubungan dalam penelitian ini sebesar 0,788 yang menunjukkan hubungan yang kuat. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh antara plagiarisme desain dengan brand image Erigo di Instagram sebesar 86%.

Kata kunci: brand image, instagram, paradigma positivisme, plagiarisme desain, teori S-R