

**EFEKTIVITAS IKLAN SEPATU SPECS REACTO BLITZ EVANMOVIC  
PRO IN MODEL EVAN SOUMILENA DI INSTAGRAM TERHADAP  
MINAT BELI**

**(Studi Pada *Followers* Instagram @specs\_indonesia)**

**Muhamad Fauzian Irvansyah**

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

[muhamadfi@upnvj.ac.id](mailto:muhamadfi@upnvj.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas iklan sepatu Specs Reacto Blitz Evanmovic Pro In yang disajikan pada media sosial Instagram terhadap minat beli pada *followers* akun @specs\_indonesia. Dalam era digital, media sosial telah menjadi *platform* yang penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen yang membuat media sosial juga penting dalam beriklan. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei, jenis penelitian deskriptif dan menggunakan teori *EPIC Model* yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar efektivitas iklan Specs Reacto Blitz Evanmovic Pro In pada akun @specs\_indonesia terhadap minat beli. Sebanyak 100 responden merupakan *followers* akun Instagram @specs\_indonesia menjadi objek penelitian. Berdasarkan dari hasil perhitungan uji hipotesis,  $t$  hitung 25.043 >  $t$  tabel 1.984 yang mengandung arti ( $H_1$ ) diterima yang menyatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y terdapat pengaruh yang besar dan signifikan. Melalui hasil uji koefisiensi determinasi menunjukkan tingkat pengaruh variabel X dengan variabel Y bernilai sebesar 86,5% maka variabel X memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat beli dan angka koefisien regresi menunjukkan nilai 0.468 (plus) sehingga dapat dinyatakan positif.

Kata kunci: Efektivitas Iklan, Iklan, Minat Beli, Specs

**EFEKTIVITAS IKLAN SEPATU SPECS REACTO BLITZ EVANMOVIC  
PRO IN MODEL EVAN SOUMILENA DI INSTAGRAM TERHADAP  
MINAT BELI**

**(Studi Pada *Followers* Instagram @specs\_indonesia)**

**Muhamad Fauzian Irvansyah**

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

[muhamadfi@upnvj.ac.id](mailto:muhamadfi@upnvj.ac.id)

**ABSTRACT**

This study aims to explore the influence of exposure to the effectiveness of Specs Reacto Blitz Evanmovic Pro In shoe advertising presented on the Instagram social media platform on buying interest among followers of the @specs\_indonesia account. In the digital era, social media has become an important platform in influencing consumer buying interest, which makes social media also important in advertising. This research will use quantitative research methods with a survey approach, descriptive research type and using the EPIC Model theory which aims to find out how effective the Specs Reacto Blitz Evanmovic Pro In advertisement on the @specs\_indonesia account is on buying interest. A total of 100 respondents who are followers of the @specs\_indonesia Instagram account are the subjects of this research. Based on the hypothesis testing calculation, the calculated t-value of 25.043 > the tabulated t-value of 1.984, indicating that the alternative hypothesis (H1) is accepted, suggesting a significant and substantial influence of variable X on variable Y. The coefficient of determination indicates a 86.5% level of influence of variable X on variable Y, suggesting a considerable impact on buying interest. Furthermore, the regression coefficient value of 0.468 (positive) indicates a positive impact.

Keyword: Advertising Effectiveness, Advertising, Buying Interest, Specs