

ABSTRAK

PENGARUH DIMENSI IKLAN TELEVISI TERHADAP MINAT BELI PADA SITUS BELANJA SHOPEE DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

RIZSA MELINDA

E-commerce merupakan inovasi yang telah banyak digunakan dalam dunia bisnis sebagai sarana untuk memasarkan produknya secara luas sehingga dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Shopee merupakan salah satu *E-commerce* yang telah banyak dikenal di Indonesia. Strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan Shopee untuk mengkomunikasikan produk maupun jasanya kepada konsumennya salah satunya adalah melalui Iklan Televisi. Penurunan pengunjung yang fluktuatif pada situs Shopee menjadi masalah yang dihadapi dalam penelitian ini, sehingga mendorong peneliti untuk mengetahui apakah Pesan Iklan, Bintang Iklan, Musik Iklan, Ilustrasi Cerita berpengaruh terhadap Minat Beli masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif verifikatif, sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan metode non probability sampling, peneliti melakukan *pre-test* selama 7 hari, metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F, Hasil analisis diperoleh bahwa variabel Pesan Iklan, Bintang Iklan, Musik Iklan dan Ilustrasi Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai variabel terbesar yaitu Musik iklan dan Ilustrasi cerita menjadi variabel dengan nilai terendah.

Kata Kunci: Pesan Iklan, Bintang Iklan, Musik Iklan, Ilustrasi Cerita dan Minat Beli

ABSTRACT

THE EFFECT OF TELEVISION ADVERTISING ON INTEREST TO BUY ON SHOPEE SHOPPING SITES IN BANDAR LAMPUNG

By

RIZSA MELINDA

E-commerce is an innovation that has been widely used in the business world, Shopee is one of the E-commerce that has been widely known in Indonesia. Means that can be used by Shopee companies to communicate their products and services to consumers, one of which is through Shopee Ads on Television. The problem faced by Shopee companies is the fluctuating number of visitors and the decline. The problem in this study is whether Television Advertising Indicators such as Message Advertising, Star Advertising, Music Advertising, Illustration of Stories affect the Purchase Interest. The purpose of this study is to find out whether the message of advertisements, star advertisements, music advertisements and illustrations have an effect on buying interest. This type of research is descriptive verification. The sample from this study was 100 respondents using a non-probability sampling method. The analytical method used is multiple linear regression and hypothesis testing using the t test and F test. The results of the analysis show that the Advertising Message, Ad Star, Advertising Music and Advertising Illustration variables have a positive and significant effect on Buying Interests.

Keywords: Message Ads, Advertisements, Music Ads, Story Illustrations and Buying Interests