

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH IKLAN SHOPEE COD DI TELEVISI TERHADAP MINAT BELI GENERASI X DI KABUPATEN PRINGSEWU**

**Oleh**

**FAIKA LUKITA NISA**

Internet telah menjadi perkembangan yang paling menarik di bidang teknologi informasi, komunikasi dan pemasaran. Salah satu dampak dari kemajuan teknologi dalam dunia perbelanjaan adalah munculnya *e-commerce*. E-commerce merupakan situs jual beli online yang memudahkan masyarakat dalam mencari barang yang dibutuhkan. Shopee merupakan salah satu *E-commerce* yang paling banyak digunakan di Indonesia. Namun dengan maraknya penipuan yang terjadi saat berbelanja online, tak heran jika generasi X di Kabupaten Pringsewu memiliki sikap yang cenderung berhati-hati saat akan bertransaksi secara online. Sehingga perusahaan shopee menggunakan media televisi untuk mengiklankan iklan shopee COD yang mana menampilkan keunggulan yang dimiliki shopee agar lebih dikenal dan juga mendapat kepercayaan masyarakat untuk menggunakan aplikasi shopee. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah iklan shopee COD di televisi dapat mempengaruhi minat generasi X di Kabupaten Pringsewu. Tipe penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survey. Data penelitian didapatkan melalui penyebaran kuisioner kepada 100 generasi x yang tinggal di Kabupaten Pringsewu. Hasil uji regresi linier sederhana pada penelitian ini menunjukkan bahwa iklan shopee COD di televisi memberikan pengaruh positif terhadap minat beli generasi x di Kabupaten Pringsewu dengan nilai koefisien regresi 0,999 yang mempunyai makna setiap peningkatan satu satuan iklan di televisi (X) meningkat sebesar (1%) maka minat beli (Y) akan meningkat sebesar 0,999. Sedangkan dari hasil uji koefisien determinasi disimpulkan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 66,6%, sedangkan sisanya 33,4% tidak dipengaruhi oleh penelitian ini, tetapi dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Iklan Televisi, Shopee COD, Minat Beli

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF SHOPEE CASH ON DELIVERY ADVERTISEMENTS ON TV TOWARDS BUYING INTEREST OF GENERATION X IN PRINGSWU DISTRICT**

**By**

**FAIKA LUKITA NISA**

*Internet has become the most exciting development in the fields of information, communication and marketing technology. One of the impacts of technological advances in the world of shopping is the emergence of e-commerce. E-commerce is an online buying and selling site that makes it easier for people to find the goods they need. Shopee is one of the most widely used e-commerce sites in Indonesia. However, with the rise of fraud that occurs when shopping online, it is not surprising that generation X in Pringsewu Regency has an attitude that tends to be careful when transacting online. So shopee companies use television media to advertise shopee COD ads which show the advantages that shopee has to be better known and also gain public trust to use the shopee application. This study was conducted to determine whether shopee COD advertisements on television can affect the interest of Generation X in Pringsewu Regency. The type of research used is quantitative with a survey approach. The research data was obtained by distributing questionnaires to 100 generation x living in Pringsewu Regency. The results of the simple linear regression test in this study indicate that shopee COD advertising on television has a positive effect on buying interest in Generation X in Pringsewu Regency with a regression coefficient value of 0.999 which means that every increase in one unit of advertising on television (X) increases by (1%) then buying interest (Y) will increase by 0.999. Meanwhile, from the results of the coefficient of determination, it was concluded that the effect of variable X on variable Y was 66.6%, while the remaining 33.4% was not influenced by this study, but was influenced by other factors not examined in this study.*

**Keywords:** *Television Advertising, Shopee COD, Buying Interest*