

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

## PENGARUH TERPAAN IKLAN SHOPEE ADA SHOPEE SELALU DI HATI VERSI ?PRILLY DAN MAXIME?; DI TELEVISI TERHADAP MINAT BELI IBU-IBU WARGA CIPETE UTARA RW 10 JAKARTA SELATAN

Ayi Nuri Rizqi

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75358&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Shopee Indonesia sebagai sarana jual beli daring yang menyediakan berbagai produk untuk menunjang aktivitas sehari-hari yang mencakup fashion, gadget, alat kosmetik, alat elektronik, hobi dan koleksi fotografi, perlengkapan olahraga, otomotif, vitamin dan suplemen, perlengkapan rumah, makanan dan minuman, souvenir dan pesta, hingga voucher belanja. Penelitian ini bermaksud melihat Bagaimana Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Ada Shopee Selalu di Hati versi ?Prilly dan Maxime? di Televisi Terhadap Minat Beli Ibu-ibu Warga Cipete Utara RW 10 Jakarta Selatan.

Penelitian ini menggunakan teori SOR dan teori AIDDA. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Perspektif positivis, metode survei Eksplanatif bertujuan menjelaskan hubungan (korelasi) antar variabel. Populasi menggunakan starfied cluster random sampling untuk mengetahui secara pasti responden yang pernah melihat iklan Shopee Ada Shopee Selalu di Hati versi ?Prilly dan Maxime? di televisi. Sampel penelitian ini sebanyak 78 orang.

Penyebaran kuesioner di lakukan pada bulan November 2019.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terpaan Iklan Shopee Ada Shopee Selalu di Hati versi ?Prilly dan Maxime? di Televisi berada pada kategori sedang cenderung rendah dengan Minat Beli Ibu-ibu Warga Cipete Utara RW 10 Jakarta Selatan berada pada kategori sedang, cenderung rendah dengan Hasil uji korelasi parametic menunjukkan bahwa koefisien ( $r$ ) senilai 0,859 berada pada kategori sedang. Berdasarkan tabel Guilford, tingkat keeratan korelasi termasuk sedang, nilai signifikan pada 0,01 lebih kecil dari 0,05. Signifikan artinya Terpaan Iklan Shopee Ada Shopee Selalu di Hati versi ?Prilly dan Maxime? di Televisi berpengaruh terhadap Minat Beli Ibu-ibu Warga Cipete Utara RW 10 Jakarta Selatan.

Penelitian ini Memberikan deskripsi baru pada teori AIDDA kepada Ibu-ibu Cipete Utara Rw 10 Jakarta Selatan. Signifikansi metodologis Penelitian ini dapat menjadi gambaran umum atau masukan yang objektif. Hal ini berguna untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Terpaan Iklan Shopee Ada Shopee Selalu di Hati versi ?Prilly dan Maxime? di Televisi Terhadap Minat Beli Ibu-Ibu Warga Cipete Utara RW 10 Jakarta Selatan. Signifikansi praktis diharapkan dapat menjadi masukan bagi Shopee Indonesia sebagai pengiklan dan sebagai referensi bagi perusahaan dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan penjualan dan citra produk