

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Pengaruh Terpaan Iklan Marketplace di Televisi Terhadap Minat Bertransaksi Online

Fickri Fadillah

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77096&lokasi=lokal>

Abstrak

Marketplace merupakan wadah digital untuk memenuhi kebutuhan masa kini pada setiap kalangan. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui apakah iklan marketplace menjadi pengaruh dari minat bertransaksi online pada warga 04/04 Jatijajar.

Paradigma pada penelitian ini yaitu positivis dan menggunakan teori S-O-R. Dengan jenis penelitian eksplanatif dan pendekatan kuantitatif. Metode pada pengumpulan datanya menggunakan survey eksplanatif dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan atau korelasi antar variabel. Penelitian ini menggunakan random sampling dengan kategori responden minimal berusia 18 tahun dan pernah menonton iklan marketplace di televisi. Sampel pada penelitian ini berjumlah 67 orang dan penyebaran kuesioner dilakukan pada Juni 2022.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kedua variabel berada pada kategori tinggi yaitu pengaruh iklan marketplace di televisi (variabel X) dengan skor 2911 dan minat bertransaksi online (variabel Y) dengan skor 3086. Hasil uji korelasi menunjukkan koefisien korelasi (r) senilai 0.592 berada pada kategori sedang dengan nilai signifikan pada 0.00 lebih kecil dari 0.05. Artinya, Iklan Marketplace di Televisi berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi Online warga RT 04/04 Jatijajar.

Secara akademis penelitian ini diharapkan memberi kontribusi untuk memperkuat teori S-O-R, khususnya ketika diterapkan meneliti pengaruh iklan marketplace di televisi terhadap minat bertransaksi online. Secara metodologis pada penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur pada penelitian dengan metode kuantitatif, terkhusus pada metode survey eksplanatif. Dan secara praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan marketplace dan agensi periklanan yang membuat iklan-iklan marketplace di televisi agar dapat informasi pada iklan yang dibuat bisa lebih efektif mendapat minat transaksi masyarakat.