

Analisis pengaruh terpaan iklan produk Lazada Indonesia di facebook terhadap minat beli : studi pada pengguna Facebook di Jakarta = The effects of advertising exposure of Lazada Indonesia product on Facebook towards consumer buying intention : study on Facebook user in Jakarta

Iman Astofi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20367529&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan bisnis yang ketat saat ini memaksa banyak perusahaan untuk mencari strategi yang berbeda dalam menarik minat beli konsumen. Dengan perkembangan teknologi internet yang semakin pesat, banyak perusahaan memakai sosial media menjadi salah satu media promosi baru bagi perusahaan untuk memasarkan produknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh terpaan iklan produk Lazada Indonesia di situs sosial media Facebook terhadap minat beli.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penggunaan regresi sederhana sebagai metode analisisnya. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen yang berdomisili di DKI Jakarta yang diambil dengan menggunakan metode nonprobability sampling serta teknik purposive. Data primer dikumpulkan melalui metode survey dan menggunakan kuesioner sebagai teknik pengambilan datanya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terpaan iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

.....

Tight business competition today forced many companies to seek a different strategy to attract consumers to buy. With the rapidly increasing development of Internet, many companies are taking social media into a new media campaign for the company to market its products. The purpose of this study is to analyze how the influence of social media advertising exposure as one of the promotion media of Lazada Indonesia towards buying interest.

This study uses a quantitative approach with the use of a simple regression analysis method. The sample in this study was 100 consumers who live in Jakarta whom were taken using nonprobability methods and techniques of purposive sampling. Primary data was collected through a survey method and use questionnaire as a data collection technique. The results of this study indicate that exposure to advertising has a significant impact on buying interest.