

## **ABSTRACT**

VEMIANA UTAMI RAHADIANI. NIM 2019110101. The Influence of Consumer Perceptions Regarding Advertising on Purchase Intention on E-commerce Shopee. Under the guidance of Mrs. Hj. Uuh Sukaesih, Ir, M.Sc.

The use of the internet for business transaction activities is known as electronic commerce (e-commerce). Shopee is an online shopping application that makes it easy and fast to buy and sell goods. E-commerce competition is very tight nowadays. Many companies are competing to attract consumers and win market share. Advertising costs are not cheap and can be a burden for e-commerce companies. Buyers in the digital era are often disloyal or disloyal to one particular e-commerce platform. While other e-commerce ads can be more attractive than Shopee, factors such as special offers also play a significant role in making e-commerce ads attractive to consumers. The purpose of this study was to determine respondents' responses regarding advertising and purchase intention and to determine the effect of advertising on purchase intention in e-commerce Shopee. This study uses a quantitative approach with data collection techniques carried out by distributing questionnaires online using the Google form. The population of this data collection is Shopee users. The number of samples taken was 100 respondents using the Simple Linear Regression analysis method to determine the effect of consumer perceptions regarding advertising on buying interest in Shopee e-commerce. Based on the analysis of the data obtained, the results of advertising affect buying interest. The contribution of advertising to buying interest is 48.8%, while 51.2% is determined by other factors outside of advertising that influence buying interest which are not examined. Recommendations that Shopee can apply to increase buying interest by receiving suggestions from consumers, fulfilling all the equipment needed by consumers, and providing promos with more attractive advertisements.

**Keywords:** Advertising, Purchase Intention, Shopee, E-commerce

## ABSTRAK

VEMIANA UTAMI ROHADINI. NIM 2019110101. Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Periklanan Terhadap Minat Beli Pada *E-commerce* Shopee. Di bawah bimbingan Ibu Hj. Uuh Sukaesih, Ir, M.Si.

Penggunaan internet untuk aktivitas transaksi bisnis dikenal dengan istilah *electronic commerce (e-commerce)*. Shopee adalah aplikasi berbelanja *online* yang membuat mudah dan cepat untuk membeli dan menjual barang. Persaingan *e-commerce* sangat ketat saat ini. Banyak perusahaan yang berlomba untuk menarik konsumen dan memenangkan pangsa pasar. Biaya iklan tidak murah dan dapat menjadi beban bagi perusahaan *e-commerce*. Pembeli dalam era digital seringkali tidak setia atau tidak loyal pada satu platform *e-commerce* tertentu. Iklan *e-commerce* lain yang dapat lebih menarik dibanding Shopee, faktor-faktor seperti penawaran spesial juga memainkan peran penting dalam membuat iklan *e-commerce* menarik bagi konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan responden mengenai periklanan dan minat beli dan mengetahui pengaruh periklanan terhadap minat beli pada *e-commerce* Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan google form. Populasi pengumpulan data ini adalah pengguna Shopee. Adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan metode analisis Regresi Linear Sederhana untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen mengenai periklanan terhadap minat beli pada *e-commerce* Shopee. Berdasarkan analisis data yang diperoleh hasil periklanan berpengaruh terhadap minat beli. Kontribusi periklanan terhadap minat beli yaitu sebesar 48,8% sedangkan 51,2% ditentukan faktor lain diluar periklanan yang mempengaruhi minat beli yang tidak diteliti. Rekomendasi yang dapat diterapkan Shopee untuk meningkatkan minat beli dengan menerima saran dari para konsumen, memenuhi semua perlengkapan yang dibutuhkan konsumen, serta memberikan promo dengan iklan yang lebih menarik.

Kata kunci : Periklanan, Minat Beli, Shopee, E-commerce