

ABSTRAK

A. Hendy Suryawijaya

B. Pengaruh Daya Tarik Iklan di Sosial Media Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo di Kalangan Anak Muda Jakarta Barat)”.
C. ... + 63 halaman, 34 table, 2 gambar, lampiran

D. PUBLIC RELATIONS

Daya tarik iklan dapat diasumsikan sebagai sesuatu yang menggerakkan orang, berbicara mengenai keinginan atau kebutuhan mereka, dan membangkitkan ketertarikan mereka. Daya tarik iklan sangat penting karena akan meningkatkan keberhasilan komunikasi dengan konsumen. Suatu iklan dengan daya tarik iklan yang tinggi dapat menciptakan minat beli konsumen terhadap suatu merek. Minat beli merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk menaruh perhatian tanpa paksaan pada suatu produk dan berujung pada pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh daya tarik iklan di sosial media terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan metode survei dan menggunakan Brodo sebagai unit observasi. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 105 responden anak muda di daerah Jakarta Barat yang pernah melihat atau mengetahui iklan sepatu Brodo baik dalam bentuk postingan atau *story* di sosial media Instagram. Analisis data menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* dengan aplikasi SPSS *for windows* 17. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antara daya tarik iklan di sosial media terhadap minat beli konsumen terhadap produk dari sepatu Brodo. Daya tarik iklan memiliki pengaruh sebesar 66,6% terhadap minat beli. Apabila daya tarik iklan meningkat maka minat beli konsumen juga akan meningkat. Sebaliknya, apabila daya tarik iklan menurun maka minat beli konsumen juga akan ikut menurun.

Kata kunci: Daya Tarik Iklan, Minat Beli, Media Sosial, Brodo.

E. Daftar Pustaka : 25 (2005-2020)

F. FARID S.S., M.Si.