

ABSTRAK

Pengaruh Iklan Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada E-commerce Tokopedia

Muhamad Asyraf Syuja Shaib 1), Dede Suleman2)

1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan harga terhadap minat beli pada e-commerce tokopedia. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna dan yang telah bertransaksi di Tokopedia. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan statistika deskriptif. Jenis data yang dikumpulkan menggunakan metode kuisisioner serta dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli hasil ini dapat dibuktikan dengan nilai sig harga sebesar 0,036 yang berarti $< 0,05$ dengan nilai t berarah positif yaitu 2.126. Dan iklan berpengaruh terhadap minat beli hasil ini dapat dibuktikan dengan nilai sig iklan sebesar 0,000 yang berarti $< 0,05$ dengan nilai t berarah positif yaitu 3.741.

Kata kunci: Iklan, Harga, Minat Beli

Pustaka : 21

Tahun Publikasi : 2019 - 2022