

ABSATRAK

PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN ONLINE TERHADAP MINAT BELI DI BUKALAPAK. (STUDI MASYARAKAT DI KOTA BANDAR LAMPUNG)

Oleh :

ACHMAD NUR SETIAWAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah efektivitas iklan *online* berpengaruh terhadap minat beli di bukalapak masyarakat kota Bandar lampung. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sempel pada penelitian ini yaitu masyarakat kota Bandar lampung. Sehingga dalam sampel tidak di ketahui jumlahnya, maka dari itu peneliti menggunakan pernyataan menurut Ferdinan (2002) dalam Hisamsyah (2015), maka di dapatkan jumlah responden 102. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner dan analisis regresi sederhana. Hasil menunjukkan efektivitas iklan online berpengaruh signifikan terhadap minat beli di bukalapak.

Kata kunci : Efektifitas Iklan *Online*, Minat Beli.