

ABSTRAK

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TERHADAP *BRAND AWARENESS* PADA APLIKASI BELANJA ONLINE SHOPEE

Oleh
Dwi Yuni Mulyani

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daya tarik iklan terhadap *brand awareness* pada aplikasi belanja online Shopee. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang mengetahui aplikasi Shopee yang ada di Bandar Lampung dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden melalui metode *non probability* dengan penarikan sampel yaitu *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner yang diberikan langsung kepada sampel sebagai responden. Jenis penelitian ini kuantitatif yang bersifat kausalitas dengan menggunakan analisis data regresi linear sederhana. Hasil analisis menunjukkan bahwa daya tarik iklan berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness* pada Shopee, kesimpulan penelitian ini bahwa iklan yang dikeluarkan shopee memiliki daya tarik yang kuat sehingga dapat meningkatkan *brand awareness* pada shopee dibenak konsumen.

Kata kunci : *E-Commerce, Brand Awareness, Daya Tarik Iklan.*