

**PENGARUH IKLAN SHOPEE VERSI 6.6 GREAT MID-YEAR SALE DI YOUTUBE
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Remaja Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang)

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

OLEH

AULIA PRATAMA KURNIAWAN

20612010055

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

2024

PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan sebagai persyaratan untuk mengakhiri studi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan.

Hari : Kamis
Tanggal : 08 Agustus 2024

**Pj. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan**



Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph. D
NIDN. 0015097701

ABSTRAK

judul dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Iklan Shopee Versi 6.6 Great Mid-Year Sale Di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Remaja Kelurahan Talang Kelapa Kota Palembang)”. Penulisan penelitian ini dilatar belakangi adanya kemajuan teknologi dalam perkembangan bisnis yang menyebabkan persaingan semakin ketat diberbagai media. Namun, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas iklan Shopee di YouTube dalam hal penjualan di Kelurahan Talang Kelapa. Jenis penelitian skripsi ini adalah eksplanatif dengan menggunakan metode kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dengan teknik *simple random sampling*, dengan jumlah sampel 90 responden. Berdasarkan uji analisis regresi linear sederhana yang dilakukan, menunjukkan bahwa setiap satuan iklan Shopee memiliki pengaruh yang signifikan. Sedangkan berdasarkan uji hipotesis yang diuji melalui uji t memiliki pengaruh yang positif, sehingga dapat peneliti simpulkan H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima.

Kata Kunci : Iklan dan Minat Beli