

ABSTRAK

Sholihatin Nurul Jannah. 150211100006. Analisis VisCAP Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Online Shop* Shopee di Bangkalan. Di bawah bimbingan Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., M.M. dan Dr. Hj. Iriani Ismail, Dra., M.M.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pandangan Iklan terhadap Keputusan Pembelian konsumen *online shop* Shopee di Bangkalan; pengaruh Kredibilitas Iklan terhadap Keputusan Pembelian konsumen *online shop* Shopee di Bangkalan; pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Keputusan Pembelian *online shop* Shopee di Bangkalan; pengaruh Kekuatan Iklan terhadap Keputusan Pembelian *online shop* Shopee di Bangkalan; pengaruh VisCAP terhadap Keputusan Pembelian konsumen *online shop* Shopee di Bangkalan.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan kausal. Metode pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden 100 responden. Analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda dan analisis hipotesis.

Berdasar pada hasil penelitian menunjukkan bahwa Pandangan Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian; Kredibilitas Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian; Daya Tarik Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian; Kekuatan Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dari penelitian ini saran yang ditawarkan adalah hendaknya manajemen perusahaan lebih memperhatikan pemilihan bintang iklan lokal Indonesia yang lebih dikenal, sehingga audien melakukan pembelian.

Kata Kunci : Pandangan Iklan, Kredibilitas Iklan, Daya Tarik Iklan, Kekuatan Iklan dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Sholihatin Nurul Jannah. 15021100006. 2019. Analysis of VisCAP on Shopee online shop consumer Purchase Decision in Bangkalan. Under the guidance of Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., M.M. and Dr. Hj. Iriani Ismail, Dra., M.M.

The purpose of this study was to determinate the effect of Visibility on Shopee online shop consumer Purchasing Decisions in Bangkalan; the effect of Credibility on Shopee online shop consumer Purchasing Decisions in Bangkalan; the effect of Attractiveness on Shopee online shop consumer Purchasing Decisions in Bangkalan; the effect of Power on Shopee online shop consumer Purchasing Decisions in Bangkalan; the influence of VisCAP on Shopee online shop consumer Purchasing Decisions in Bangkalan.

This type of research is quantitative with a casual approach. The sampling method was purposive sampling with the number of respondents 100 respondents. The analysis used is multiple linear analysis and hypothesis analysis.

Based on the result of the study indicate that the Visibility has a positive and significant effect on Purchase Decision; Credibility has a positive and significant effect on Purchase; Attractiveness has a positive and significant effect on Purchase Decision; Power has a positive and significant effect on Purchase Decision. From this research, the advice offered is that company management should develop of chosen local endorser more famous so that audiences are more make purchases.

Keywords: Visibility, Credibility, Attractiveness, Power and Purchase Decision.