

## ABSTRAK

Seiring berkembangnya digitalisasi serta bisnis *e-commerce* yang semakin meningkat di Indonesia, penyedia jasa travel online (*Online Travel Agent*) mulai bermunculan dan saling bersaing memikat calon pelanggan di Indonesia yang terbiasa berwisata. Perusahaan jasa *Online Travel Agent* Traveloka muncul sebagai *startup* yang berhasil menarik calon konsumennya dengan cara yang salah satunya melalui iklan di televisi. Dengan Iklan yang efektif akan menarik minat beli dari calon konsumen yang melihat iklan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan Traveloka di televisi terhadap minat beli dari calon konsumennya. Menurut Hemamalini & Kurup, (2014) Kebanyakan studi di berbagai negara, mengungkapkan bahwa iklan di televisi memiliki efek terbesar pada khalayak dan menarik khalayak luas untuk memulai proses pembelian. Minat beli dapat mengukur kemungkinan konsumen untuk membeli suatu produk, dan lebih tinggi niat pembelian, semakin tinggi kesediaan konsumen untuk membeli produk (Dodds, et al, 1991;. Schiff Pria & Kanuk, dalam Hemamalini & Kurup, 2014:1)

Teknik *Sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang dibuat di Google Docs dan disebar secara *online* kepada 400 orang responden di Indonesia Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dan dengan tujuan kausal atau menjelaskan sebab akibat. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, korelasi, dan regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS 23.0 untuk mengolah datanya.

Hasil penelitian ini didapatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 26% yang berarti bahwa 26% variabel minat beli dapat dijelaskan oleh variabel iklan di televise, sedangkan sisanya 74% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa iklan Traveloka di televisi memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci: Iklan di Televisi, Minat Beli, Traveloka