

ABSTRAK

Zalora sebagai *online fashion* destinasi terbesar di Asia Tenggara, didirikan pada awal tahun 2012 dan termasuk dalam 10 besar *ecommerce* yang terbaik di Indonesia. Zalora memiliki koleksi lebih dari 500 merek lokal dan internasional. Zalora mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) berupa predikat Situs Perdagangan Fesyen Terbesar di Indonesia pada Juli 2013.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui iklan pada *online banner*, minat beli konsumen, dan mengetahui bagaimana iklan di *online banner* berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada perusahaan Zalora di Indonesia. Dalam sebuah studi mengenai efek dari iklan *online banner* pada minat pembelian, menemukan dampak yang kuat pada nilai iklan dalam memprediksi minat beli konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dan tipe analisis yang digunakan adalah deskriptif. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, kausal, dan regresi linear sederhana. Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada 400 responden dikota Bandung.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa pengaruh sub variabel pada iklan *online banner* Zalora yaitu *perceived advertisement credibility* dan *message appeals* mendapatkan nilai paling bagus sedangkan untuk sub variabel *interactivity* dan *attitude towards ads* yang paling kecil. Kemudian pengaruh iklan *online banner* terhadap minat beli berpengaruh secara parsial dan simultan. Sehingga kesimpulannya adalah iklan online banner berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat beli pada perusahaan Zalora.

Berdasarkan hasil penelitian ini, untuk memaksimalkan iklan *online banner* pada perusahaan Zalora, variabel *interactivity* dan *attitude towards ads* perlu diperhatikan lagi agar para konsumen dapat berinteraksi dalam memberikan kritik dan saran mengenai iklan *online banner* sehingga iklan yang digunakan selalu diperbaharui dan dapat memberikan perasaan senang bagi konsumen.

Kata kunci : iklan *online banner* ; minat beli; Zalora