

ABSTRAK

Shopee adalah perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce* atau biasa disebut penjualan barang online. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh broadcast advertising dan gratis ongkos kirim sebagai gimmick marketing di youtube terhadap minat beli konsumen.

Siaran iklan merupakan suatu bagian dari kelangsungan serta keberhasilan dalam proses mengangkat suatu brand dan menarik minat beli seseorang. Siaran iklan merupakan hal yang sangat penting dalam pengenalan suatu brand kepada orang yang belum mengetahuinya. Selain itu dalam menarik minat beli seseorang dibutuhkan promosi yang menarik. Salah satu diantaranya berupa *gimmick marketing*.

Dalam penelitian ini penulis meneliti bagaimana pengaruh siaran iklan *Shopee* dan *gimmick yang dilakukan shopee* berupa gratis ongkos kirim dalam mempengaruhi minat beli calon pelanggan.

Setelah melakukan penelitian, peneliti mengetahui bahwa siaran iklan berperan penting dalam pemasaran suatu produk, dalam penelitian ini yaitu *shopee*. Selain itu *gimmick marketing* berupa gratis ongkos kirim yang digunakan *shopee* memiliki pengaruh besar terhadap minat beli calon pelanggan.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *broadcast advertising* (siaran iklan) dan gratis ongkos kirim sebagai *gimmick marketing*, sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Kata kunci : *Broadcast Advertising*, Gratis Ongkos Kirim, *Gimmick Marketing*, Minat Beli