

ABSTRAK

Periklanan daring merupakan salah satu strategi promosi untuk meningkatkan penjualan dan menarik perhatian konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. PT Tunas Mobilindo Perkasa adalah Agen Tunggal Pemegang Merek mobil Daihatsu di Indonesia yang berhak mengimpor, merakit, dan membuat kendaraan bermerek salah satunya Daihatsu, dan komponen serta bisnis terkait di Indonesia. Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui bagaimana pengaruh periklanan daring terhadap Minat Konsumen, minat beli terhadap persepsi konsumen, dan seberapa besar pengaruh periklanan daring terhadap minat beli konsumen. Metode yang digunakan adalah analisis penelitian deskriptif kausal dengan jenis data kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil analisa terhadap 100 responden diperoleh persamaan regresi linier sederhana yaitu : $Y = 23,578 + 0,192X$ dan koefisien determinasinya sebesar 0,442 yang menunjukkan bahwa pengaruh Periklanan Daring terhadap minat konsumen Daihatsu Grand New Xenia di Bandung adalah 44,2%. sedangkan 55,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci : Periklanan Daring dan Minat Konsumen