

ABSTRAK

Iklan adalah salah satu cara menyampaikan pesan kepada khalayak melalui sebuah media. Iklan memiliki cakupan yang luas, spesifik, hingga personal. Di era digital, iklan menggunakan beberapa strategi penunjang untuk melakukan pendekatan kepada calon konsumen, salah satunya adalah konten marketing. Shopee mengaplikasikan hal ini untuk menarik perhatian khalayak dengan mengangkat Cristiano Ronaldo sebagai *brand ambassador* yang menjadi konten iklan. Dalam iklan tersebut, Shopee memaparkan promosi yang unik dan menarik tentang promosi gratis ongkir, ditunjang dengan kesiapan audio maupun visual demi mendapatkan perhatian dari khalayak. Khalayak yang terpapar iklan tersebut, diharapkan dapat menumbuhkan rasa minat belinya untuk segera bertransaksi di Shopee. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan Shopee versi Cristiano Ronaldo di Youtube terhadap minat beli Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis eksplanatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* terhadap 400 responden yang telah melihat iklan Shopee versi Cristiano Ronaldo di Youtube serta berusia di kisaran 15-40 tahun. Penelitian ini memiliki persamaan regresi $Y = 13,766 + 0,547X$, yang berarti memiliki hubungan positif antara iklan dengan minat beli. Selain itu, penelitian ini juga memiliki nilai korelasi sebesar 0,571 serta H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $13,867 > 1,996$. Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi, besaran pengaruh iklan terhadap minat beli sebesar 0,326 atau setara dengan 32,6%. Kesimpulannya adalah iklan Shopee versi Cristiano Ronaldo di Youtube memiliki pengaruh terhadap minat beli Shopee sebesar 32,6%, sedangkan sisanya sebesar 67,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Iklan, Minat Beli