

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN ELEVENIA DI MEDIA SOSIAL LINE TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN

(Survei pada *Followers Official Account* Elevenia di Media Sosial LINE)

RIZKI ANNISA ZEN

Abstrak

Latar Belakang Iklan di media sosial LINE berupa promo-promo yang diberikan kepada *followers* Elevenia di media sosial LINE yang memiliki daya tarik iklan yang dapat menimbulkan ketertarikan bagi *followers*, produk yang ditawarkan dengan harga dibawah pasar, dan meningkatkan konsumen untuk membeli. **Tujuan Penelitian** adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan terhadap keputusan konsumen. **Tinjauan Pustaka** Iklan, Media Sosial, Daya Tarik Iklan, Pengambilan Keputusan Konsumen. **Metodologi Penelitian** yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, jenis penelitian eksplanatif dan deskriptif, dan metode penelitian survei. Populasi penelitian ini adalah *followers* Elevenia di LINE sebanyak 2.591.940 dengan sampel penelitian 100 dari rumus yamane. **Hasil Penelitian** Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 49,4% Keputusan konsumen ditentukan oleh faktor variabel Daya tarik iklan, sedangkan sisanya 50,6% ditentukan oleh sebab-sebab lain dan hasil uji Hipotesis bahwa variabel Daya Tarik Iklan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Konsumen. **Saran** Iklan Elevenia di media sosial LINE menarik perhatian, menyebarkan informasi promosi yang ada di Elevenia melalui media sosial LINE akan memberikan dampak positif terhadap keputusan konsumen.

Kata Kunci : Daya Tarik Iklan Elevenia, Keputusan Konsumen

**THE INFLUENCE OF ELEVENIA AD ATTRACTIVENESS IN THE
SOCIAL MEDIA LINE TO THE CONSUMER'S DECISION**
(Survey from Followers Elevenia LINE's Official Account in Social Media)

RIZKI ANNISA ZEN

Abstract

Background of this research is analyze the Elevenia advertising in the social media LINE Elevenia launch the LINE promotion through LINE official account in order to grab more customer, products offered at a price below the market, and to increase the income. **Purpose** of this research is to find out how attractiveness of Elevenia's LINE promo to the consumer's purchase decision. **Literature** Advertising, Online Media, Ad Attractiveness, Consumer's Decision. **Research Method** using the quantitative approach, it is a kind of eksplanative and descriptive research, and using survey method. This reseacrh's population is the Elevenia LINE official account's follower for 2.591.940 and took 100 research sample using the yamane pattern. **Research results** Coefficient of determination 49,4% consumer decisions are determination by variable factors allure of advertising, while the remaining 50,6% is determination by other causes and hypothesis test result that variable appeal ad has a significant influence on consumer decision variable. **Advice** advertising Elevenia media social LINE attract, disseminate information contained in Elevenia promotion through social media LINE will provide a positive impact on consumer decisions.

Keywords : Ad Attractiveness Elevenia, Consumer's Decision