

**PENGARUH TERPAAN IKLAN 12.12 BIRTHDAY SALE
PADA INSTAGRAM @SHOPEE_ID TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF
(Survei Pada Pengikut Instagram @shopee_id)**

Rafi Bagaskoro Wicaksono Brewijaya Ningrat

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

rafibw@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh terpaan iklan 12.12 Birthday Sale yang disajikan pada media sosial Instagram terhadap perilaku konsumtif pada *followers* akun @shopee_id. Dalam era digital, media sosial telah menjadi *platform* yang penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen terutama pada konteks belanja di *e-commerce*. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei, jenis penelitian deskriptif dan menggunakan teori *Advertising Exposure* yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan iklan 12.12 Birthday Sale di media sosial Instagram pada akun @shopee_id terhadap perilaku konsumtif. Sebanyak 100 responden merupakan *followers* akun Instagram @shopee_id menjadi objek penelitian. Berdasarkan dari hasil perhitungan uji hipotesis, t hitung $6.106 > t$ tabel 1.984 yang mengandung arti (H_1) diterima yang menyatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y terdapat pengaruh yang besar dan signifikan. Melalui hasil uji koefisiensi determinasi menunjukkan tingkat pengaruh variabel X dengan variabel Y bernilai sebesar $27,6\%$ maka variabel X memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku konsumtif dan angka koefisien regresi menunjukkan nilai 1.192 (plus) sehingga dapat dinyatakan positif.

Kata kunci: Terpaan iklan, 12.12 Birthday Sale, Instagram, Shopee, Perilaku konsumtif

**PENGARUH TERPAAN IKLAN 12.12 BIRTHDAY SALE
PADA INSTAGRAM @SHOPEE_ID TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF
(Survei Pada Pengikut Instagram @shopee_id)**

Rafi Bagaskoro Wicaksono Brewijaya Ningrat

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

rafibw@upnvj.ac.id

ABSTRACT

This study aims to explore the influence of exposure to the 12.12 Birthday Sale advertisements presented on the Instagram social media platform on the consumptive behavior of followers of the @shopee_id account. In the digital era, social media has become a crucial platform influencing consumer behavior, particularly in the context of e-commerce shopping. This study will employ a quantitative research method using a survey approach, focusing on descriptive research and utilizing the Advertising Exposure theory to determine the extent of influence of the 12.12 Birthday Sale advertisements on the @shopee_id Instagram account on consumptive behavior. A total of 100 respondents who are followers of the @shopee_id Instagram account are the subjects of this research. Based on the hypothesis testing calculation, the calculated t-value of 6.106 > the tabulated t-value of 1.984, indicating that the alternative hypothesis (H1) is accepted, suggesting a significant and substantial influence of variable X on variable Y. The coefficient of determination indicates a 27.6% level of influence of variable X on variable Y, suggesting a considerable impact on consumptive behavior. Furthermore, the regression coefficient value of 1.192 (positive) indicates a positive impact.

Keywords: *Advertising exposure, 12.12 Birthday Sale, Instagram, Shopee, Consumptive behavior*