ABSTRAK

Ada dua bahasan yang dikaji dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pemberitaan pemutusan hubungan kerja (PHK) dan seberapa besar hal itu mempengaruhi minat beli konsumen di aplikasi Blibli.Dengan melaksanakan penyebabaran data responden melalui media sosial, kemudian menyimpulkan dengan berbagai metode kemudian dapat disimpulkan bahwa Pemberitaan Blibli PHK 300 Karyawan memberikan kontribusi terhadap Minat Beli di Aplikasi Blibli sebesar 10,3% sedangkan sisanya sebesar 89,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati.

Kata Kunci : Pemberitaan PHK Blibli,Minat Beli

ABSTRACT

This study examines two topics: the impact of news about layoffs and the extent to which they influence consumer purchasing interest in the Blibli app. By distributing respondent data through social media and analyzing data using various methods, it can be concluded that the news about Blibli laying off 300 employees contributed 10.3% to consumer purchasing interest in the Blibli app, while the remaining 89.7% was influenced by other factors.

Keywords: Blibli Layoff News, Purchasing Interest