

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *ADVERTISING*

Skripsi, 10 Januari 2023

Figar Alif Gifari

2019140215

“Pengaruh Kreativitas Iklan Aplikasi Bibit.id Versi Bareng Deddy Corbuzier Terhadap Keputusan Berinvestasi (Survei Pada *Followers* Tiktok)”

ABSTRAK

Bibit.id merupakan aplikasi investasi yang ada di Indonesia. Bibit.id menggunakan iklan kreatif berbentuk video di media sosial Tiktok. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur kreativitas iklan terhadap keputusan berinvestasi. serta seberapa besar pengaruhnya yang diberikan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Kreativitas Iklan dengan meliputi relevansi iklan, tema iklan, daya tarik pesan dan model iklan serta teori Keputusan Pembelian yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode penelitian survei. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 76 responden yang telah ditentukan. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *Simple Random Sampling* (Teknik Undian). Penelitian ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden untuk variabel (X) sebesar 3,188 nilai tersebut tergolong tinggi (Setuju) dan rata-rata jawaban responden untuk variabel (Y) juga tergolong tinggi (Setuju) sebesar 3,172. Pengaruh yang cukup besar dari Kreativitas iklan dan keputusan pembelian juga dapat dilihat pada nilai (R) korelasi sebesar 0,711 yang tergolong cukup tinggi dan nilai *R square* 0,505 atau 50,5% berpengaruh sedangkan sisa 49,5% dipengaruhi faktor lainnya.

Kata Kunci : **Kreativitas, Iklan, Keputusan Pembelian**

Referensi : **7 Buku, 8 Jurnal, 2 Website**

Dosen Pembimbing : **Dr. Oktaviana Purnamasari, M.Si.**