

**PENGARUH IKLAN SHOPEE *ADS*, IKLAN FACEBOOK *CPAS*
DAN IKLAN *LIVE SHOPPING* TERHADAP MINAT
PEMBELIAN PRODUK *FASHION*
(Studi pada PT Dari Bunda Untukmu di *Marketplace* Shopee)**

SKRIPSI



Oleh:

CINDY LAWRENSIA

2431530167

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2025**



LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Cindy Lawrensia
Nomor Induk Mahasiswa : 2431530167
Program Studi : Manajemen
Bidang Peminatan : Manajemen Pemasaran
Jenjang Studi : Strata 1
Judul : PENGARUH IKLAN SHOPEE ADS, IKLAN FACEBOOK CPAS
DAN IKLAN LIVE SHOPPING TERHADAP MINAT
PEMBELIAN PRODUK FASHION
(STUDI PADA PT DARI BUNDA UNTUKMU DI MARKETPLACE
SHOPEE)



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Rabu 28 Januari 2026

Tim Penguji:

Ketua : Hakam Ali Niazi, S.E, M.M.
Anggota : Ravindra Safitra Hidayat, S.E, M.M.
Pembimbing : Dr. Agus Sriyanto, S.E, M.M.
Ketua Program Studi : Dr. Yugi Setyarko, S.E, M.M.



BERITA ACARA SIDANG PENDADARAN TUGAS AKHIR

K/UBL/FEK/0489/I/26

Pada hari ini, Rabu 28 Januari 2026 telah dilaksanakan Ujian Sidang Pendadaran Tugas Akhir sebagai berikut:

Judul: PENGARUH IKLAN SHOPEE ADS, IKLAN FACEBOOK CPAS DAN IKLAN LIVE SHOPPING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK FASHION (STUDI PADA PT DARI BUNDA UNTUKMU DI MARKETPLACE SHOPEE)

Nama : Cindy Lawrensia
NIM : 2431530167
Dosen Pembimbing : Dr. Agus Sriyanto, S.E, M.M.

Berdasarkan penilaian pada Skripsi, Komprehensif maka Mahasiswa tersebut di atas dinyatakan:

LULUS

dengan nilai angka : **89** huruf : **A**

Mahasiswa tersebut di atas wajib menyerahkan hasil perbaikan tulisan Tugas Akhir dalam bentuk terjilid sesuai dengan Panduan Perbaikan Tugas Akhir, selambat-lambatnya Rabu 11 Februari 2026.

Panitia Penguji:

- 1 Ketua Hakam Ali Niazi, S.E, M.M.
- 2 Anggota Ravindra Safitra Hidayat, S.E, M.M.
- 3 Moderator Dr. Agus Sriyanto, S.E, M.M.

Keterangan:

Nilai Huruf: A:85-100 A-:80-84,99 B+:75-79,99 B:70-74,99 B-:65-69,99 C:60-64,99 D:40-59,99
E-:0-39,99

ABSTRAKSI
2431530167
CINDY LAWRENSIA

**Pengaruh Iklan Shopee Ads, Iklan Facebook CPAS dan Iklan Live Shopping
Terhadap Minat Pembelian Produk Fashion
(Studi pada PT Dari Bunda Untukmu di Marketplace Shopee)**

(xviii halaman, 146 halaman, 2025, 15 gambar, 29 tabel, 11 lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Iklan Shopee Ads, Iklan Facebook CPAS, dan Iklan Live Shopping terhadap Minat Pembelian produk fashion pada PT Dari Bunda Untukmu (Wulf.i) di marketplace Shopee dengan pendekatan data primer menggunakan kuesioner online kepada 100 pelanggan aktif yang dipilih melalui teknik purposive sampling dan dikumpulkan pada tahun 2025. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda melalui aplikasi SPSS versi 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, Iklan Shopee Ads, Iklan Facebook CPAS, dan Iklan Live Shopping berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk fashion, yang mengindikasikan bahwa strategi iklan digital yang efektif mampu meningkatkan ketertarikan dan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian di marketplace Shopee.

Kata Kunci: Shopee Ads, Facebook CPAS, Iklan Live Shopping, Minat Pembelian, Digital Marketing

ABSTRACT
2431530167
CINDY LAWRENSIA

The Influence of Shopee Ads, Facebook CPAS Ads, and Live Shopping Ads on Fashion Product Purchase Intent (A Study on PT Dari Bunda Untukmu in Shopee Marketplace)

(xviii pages, 146 pages, 2025, 15 figures, 29 tables, 11 appendices)

This study aims to examine the effects of Shopee Ads, Facebook Collaborative Performance Advertising Solution (CPAS) Ads, and Live Shopping Ads on the purchase intention of fashion products at PT Dari Bunda Untukmu (Wulf.i) on the Shopee marketplace using a quantitative approach. The study employs primary data collected through an online questionnaire distributed to 100 active customers, selected using purposive sampling, in 2025. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 31. The results show that, both partially and simultaneously, Shopee Ads, Facebook CPAS Ads, and Live Shopping Ads have a positive and significant effect on purchase intention, indicating that effective digital advertising strategies can increase consumers' interest and willingness to purchase fashion products on the Shopee marketplace.

Keywords: *Shopee Ads, Facebook CPAS, Live Shopping Ads, Purchase Interest, Digital Marketing*