

ABSTRAK

Samsung merupakan salah satu ponsel merek local asal Korea yang terus melakukan penetrasi pasar di Indonesia. Di produksi oleh Samsung Electronics Co, Ltd yang merupakan ponsel lokal asal Korea yang di pasarkan di Indonesia dengan mengikuti tren *smartphone* masa kini, dengan harga jual yang bervariasi. Samsung terus melakukan penetrasi di tengah-tengah persaingan ketat ponsel yang dipasarkan di Indonesia. Dilihat dari merambahnya media baru untuk beriklan yaitu melalui aplikasi Spotify. Spotify sendiri adalah aplikasi musik *streaming* yang dirilis pada 7 Oktober 2008 di Swedia. Spotify menawarkan dua pilihan untuk layanan streaming musik mereka, yaitu Spotify free dimana pengguna hanya perlu untuk membuat akun Spotify untuk bisa memiliki akses ke jutaan lagu secara gratis dimana pada setiap sesi mendengarkan lagu akan ada sesi ad-break (iklan) dan Spotify premium dimana pengguna dapat membayar biaya per bulan untuk mendapatkan fitur tambahan seperti sesi mendengarkan musik tanpa iklan, Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh yang positif dan signifikan antara terpaan iklan Samsung Galaxy Note 9 pada aplikasi Spotify terhadap minat beli ponsel Samsung Galaxy Note 9. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei yang mengambil sampel sebanyak 75 responden. Hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara terpaan iklan Samsung Galaxy Note 9 pada aplikasi Spotify terhadap minat beli ponsel Samsung Galaxy Note 9.

Kata Kunci : Terpaan Iklan, Spotify, Minat Beli

ABSTRACT

Samsung is one of Korea's local brand mobile phones that continues to penetrate the market in Indonesia. Produced by Samsung Electronics Co., Ltd. which is a local Korean mobile phone marketed in Indonesia by following the trends of today's smartphones, with varying selling prices. Samsung continues to penetrate in the midst of fierce mobile competition marketed in Indonesia. Viewed from the spread of new media to advertise, namely through the Spotify application. Spotify itself is a music streaming application released on October 7, 2008 in Sweden. Spotify offers two choices for their music streaming services, namely Spotify free where users only need to create a Spotify account to be able to have access to millions of songs for free where at each session listen to songs there will be an ad-break session and Spotify memium where users can pay a fee per month to get additional features such as music listening sessions without ads, the purpose of this study is to describe and analyze the positive and significant effects of exposure to Samsung Galaxy Note 9 advertisements on the Spotify application against buying interest in Samsung Galaxy Note 9. used is quantitative. The method used is a survey method that takes a sample of 75 respondents. The results of the research carried out, it can be seen that there is a positive and significant influence between the exposure of the Samsung Galaxy Note 9 advertisement on the Spotify application to the buying interest of Samsung Galaxy Note 9.

Keywords: exposure to ads, Spotify, buying interest

