

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan internet memberikan pengaruh kepada gaya hidup masyarakat yang berujung perubahan perilaku konsumen. Perilaku dan gaya hidup masyarakat yang menginginkan segala hal secara praktis dan cepat membuat mereka mulai melakukan segala hal secara *online* termasuk layanan pesan antar makanan. Saat ini ada 3 layanan pesan antar terbesar di Indonesia yaitu Go-Food, Grab Food dan Shopee *Food*. Shopee *Food* adalah layanan paling terakhir diluncurkan. Shopee Food mengedepankan produk, promo diskon dan banyak hal lainnya untuk mampu bersaing dan menarik konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk, iklan dan *brand image* terhadap minat beli konsumen baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan subyek peneliti konsumen Shopee *Food*. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Shopee *Food* yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Sedang sample yang diambil adalah 110 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen untuk mencari data yang diperlukan peneliti. Penelitian ini menggunakan teknis analisis data, yaitu : uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah kelengkapan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, iklan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, *brand image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dan kelengkapan produk, iklan dan *brand image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci : Kelengkapan produk, iklan, *brand image*, minat beli

ABSTRACT

Technology advancements and the internet have an impact on people's lifestyles, resulting in changes in consumer behavior. People that want everything practically and quickly start make them doing everything online, Including food delivery services, as a result of their habit and lifestyle. In Indonesia, the three main delivery services are Go-Food, Grab Food, and Shopee Food. The most recent service to be released is Shopee Food. Shopee Food promotes products, discounts, and other incentives in order to compete and attract customers.

The goal of this study is to see if product completeness, advertising, and brand image have any effect on consumer buying interest either partially or simultaneously. With Shopee Food consumer research subjects, this study takes a quantitative method. The population in this study are Shopee Food consumers in Sidoarjo Regency. While the sample taken was 110 respondents. The data collection technique in this study was by distributing questionnaires to consumers to find the data needed by researchers. This study uses data analysis techniques, namely: instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing.

The conclusion of this study is that the completeness of the product partially has a significant effect on consumer buying interest, advertising partially has a significant effect on consumer buying interest, brand image partially has a significant effect on consumer buying interest and product completeness, advertising and brand image simultaneously have a significant effect on interest consumer buy.

Key Words : Product Completeness, Advertising, Brand Image, Consumer Buying Interest