

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas iklan dan eWOM (*Electronic Word Of Mouth*) terhadap minat beli smartphone oppo di president cell. Pada penelitian ini Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen smartphone oppo di President Cell. Jumlah pengunjung selama bulan Mei 2018 sampai April 2019 sebanyak 177 konsumen. Dengan pengambilan sampel menggunakan ferdinan. Sedangkan untuk pengumpulan datanya dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi yang kemudian dianalisis dengan menggunakan uji asumsi klasik dan regresi linier berganda dengan bantuan program spss 23.0. berdasarkan analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan uji t dan uji f dapat disimpulkan bahwa variabel kreativitas iklan dan eWOM (*Electronic Word Of Mouth*) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat beli yang mana kreativitas iklan t-hitung=3,086 dengan signifikan=0,003 dan untuk eWOM (*Electronic Word Of Mouth*) t-hitung=3,830 dengan signifikan 0,000. Untuk hasil uji f simultan sendiri diperoleh hasil 24,815 dengan signifikan 0,000

**Kata kunci: Kreativitas Iklan, eWOM dan Minat Beli**

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of advertising and eWOM (Electronic Word Of Mouth) creativity on buying interest in oppo smartphones in the president cell. In this study the population in this study were all oppo smartphone consumers at President Cell. The number of visitors during May 2018 to April 2019 was 177 consumers. With sampling using Ferdinand. Whereas for data collection using questionnaires and documentation which are then analyzed using classical assumption tests and multiple linear regression with the help of the SPSS 2.4 program. based on the analysis that has been carried out using the t test and f test it can be concluded that the advertising and eWOM (Electronic Word Of Mouth) creativity variables partially and significantly affect buying interest where advertising creativity counts = 3.086 with significant = 0.003 and for eWOM (Electronic Word Of Mouth) t count = 3.830 with a significant 0,000. For the results of the simultaneous f test itself the results obtained 24,815 with a significant 0,000*

**Keywords: Advertising Creativity, eWOM and Buying Interest**