

ABSTRAK

MIFTAHUL JANNAH, 17821127

PENGARUH TERPAAN IKLAN *YOUTUBE POP-UP* PROMO SHOPEE 12.12 *BIRTHDAY SALE* TERHADAP MINAT BELI.

Kata Kunci : Iklan *Pop-Up*, Youtube, S-O-R dan Minat Beli.

(105 Halaman)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan youtube *pop-up* shopee 12.12 *birthday sale* terhadap minat beli masyarakat. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 400 orang warga Bekasi dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. Pendekatan penelitian ini menggunakan teori S-O-R (Stimulus, Organism, Response). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil dari uji t hitung adalah 19,182 sedangkan t tabel sebesar 1,966 maka dapat diketahui t hitung > t tabel yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima dan hasil dari uji analisis regresi linear diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,480 yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas (terpaan iklan youtube) terhadap variabel terikat (minat beli) adalah sebesar 48%. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terpaan iklan *youtube pop-up* promo shopee 12.12 *birthday sale* memberikan pengaruh sebesar 48% terhadap minat beli pada masa pandemi *Covid-19*, 52% nya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk mengembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variabel independen kredibilitas endorser.

Daftar Pustaka (2010 – 2020)