

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 Ho ditolak dan Ha diterima dan hasil dari uji analisis regresi linear diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,480 yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas (terpaan iklan youtube) terhadap variable 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)