

## **ABSTRAK**

**Salsabila Nur Aini, 15819861**

**Pengaruh Terpaan Iklan Lemonilo X NCT Dream (Mie Hijau Pilihan Kita) dan Kredibilitas Sumber terhadap Minat Beli Remaja Kota Bogor.**

Kata Kunci : Terpaan Iklan, Kredibilitas Sumber, Minat Beli

(xiv + 103 + lampiran)

Perkembangan teknologi saat ini menciptakan beragam media sosial yang dapat mendorong perubahan perilaku khalayak. Youtube merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan produk. Sehingga banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk mengiklankan produk mereka melalui berbagai media sosial dengan beragam keunikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan iklan Lemonilo X NCT Dream (Mie Hijau Pilihan Kita) terhadap minat beli remaja kota Bogor, untuk menganalisis pengaruh kredibilitas sumber terhadap minat beli remaja kota Bogor dan untuk menganalisis pengaruh terpaan iklan Lemonilo X NCT Dream (Mie Hijau Pilihan Kita) dan kredibilitas sumber terhadap minat beli remaja kota Bogor. Penelitian ini menggunakan teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Respon). Teori ini beranggapan bahwa organism menghasilkan perilaku jika ada kondisi strimulus tertentu. Jadi efek yang timbul adalah reaksi khusus terhadap stimulus sehingga seseorang dapat mengharapkan kesesuaian antara pesan dan komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Populasi dari penelitian ini yaitu remaja di kota Bogor. Sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 400 responden yang dieproleh menggunakan metode purposive sampling. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Terpaan Iklan berpengaruh terhadap minat beli sedangkan Kredibilitas Sumber tidak berpengaruh terhadap minat beli. Hasil penelitian simultan menunjukkan bahwa terpaan iklan Lemonilo X NCT Dream (Mie Hijau Pilihan Kita) dan kredibilitas sumber berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli, dapat disimpulkan bahwa terpaan iklan Lemonilo X NCT Dream (Mie Hijau Pilihan Kita) dan kredibilitas sumber dapat menjelaskan minat beli dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka (2009-2023)