

ABSTRAK

FADHLIR RAHMAN, 12819123.

Pengaruh Terpaan Iklan dan *Celebrity Endorser* Deddy Corbuzier Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Viewers* Iklan Youtube Flimty Fiber

Kata Kunci: *Celebriti Endorser*, Keputusan Pembelian, Terpaan Iklan, Youtube
(xiii + 98 + Lampiran)

Dalam menarik perhatian konsumen suatu perusahaan perlu melakukan strategi promosi untuk mempengaruhi konsumen agar melakukan tindakan tertentu sesuai dengan kepentingan perusahaan. Dari berbagai strategi promosi yang ada, Flimty memilih menggunakan media internet sebagai wadah iklan serta menggunakan beberapa *influencer* ataupun *Celebrity* untuk menarik perhatian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan iklan dan *celebriti endorser* Deddy Corbuzier terhadap keputusan pembelian Flimty Fiber pada *viewers* Youtube. Sampel pada penelitian ini merupakan *viewers* iklan Youtube Flimty Fiber sebanyak 100 responden dengan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Metode uji dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil olah data pada penelitian ini menunjukkan hubungan variabel terpaan iklan dan *celebrity endorser* Deddy Corbuzier terhadap variabel keputusan pembelian produk Flimty fiber bernilai sangat kuat yaitu 91,6% dan memiliki pengaruh sebesar 84% artinya terpaan iklan dan *celebrity endorser* Deddy Corbuzier memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian Flimty Fiber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terpaan iklan dan *celebrity endorser* mampu mempengaruhi dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Daftar Pustaka (2000-2020)