



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

23%

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Inayah Nabila Kholdah

Assignment title: JURNAL

Submission title: PENGARUH TERPAAN IKLAN DAN KESADARAN MEREK SCARL...

File name: INAYAH_JURNAL.docx

File size: 130K

Page count: 17

Word count: 4,338

Character count: 27,541

Submission date: 31-Mar-2023 11:07AM (UTC+7)

Submission ID: 2051709911

SIMILARITY INDEX

Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Phil. I Ketut Gunawan, M.A

NIP.19631222 199002 1 001



[Pengaruh Terpaan Iklan dan Kesadaran Merek Scarlett Whitening Versi Song Joong Ki di YouTube terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Mulawarman]
Inayah Nabila Kholdah

PENGARUH TERPAAN IKLAN DAN KESADARAN MEREK SCARLETT WHITENING VERSI SONG JOONG KI DI YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS MULAWARMAN

INAYAH NABILA KHOLDAH, HAIRUNNISA
Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia
Email: inayahnabilakholdah@gmail.com

Abstract: The Effect of Advertising Exposure and Brand Awareness of Song Joong Ki's Scarlett Whitening on YouTube on the Buying Interest of Mulawarman University Students. This study aims to determine the effect of advertising exposure and brand awareness of Song Joong Ki's Scarlett Whitening on YouTube on the buying interest of Mulawarman University students. This research uses the S-O-R theory and AIDA theory. The sampling technique used is Non-Probability Sampling with the sampling method used Purposive Sampling, where the sampling uses certain criteria. Based on the solving formula, the researcher distributed questionnaires using the G-form to 100 respondents who were students at Mulawarman University. The analysis used was multiple analysis using SPSS version 25. The results showed that advertising exposure and brand awareness positively and significantly affected purchase intention.

Keywords: Ad Exposure, Brand Awareness, Purchase Intention

A. PENDAHULUAN

Di zaman yang serba canggih ini, kemajuan teknologi sudah tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi saat ini membuat masyarakat lebih mudah untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi terbaru yang terjadi di berbagai belahan dunia.

Kini hampir semua lapisan masyarakat mengenal internet dan menggunakan internet untuk berinteraksi sesuai dengan kepentingan dan keperluan masing-masing. Menurut data dari we are social penggunaan internet di Indonesia pada Januari 2021 mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 27 juta jiwa atau 15,5 persen dari tahun 2020. Akibat dari kemajuan teknologi dan kemudahan mengakses internet angka ini diperkirakan akan terus meningkat. Internet yang sangat mudah digunakan kini bukan hanya tempat untuk berkomunikasi saja, namun sekarang digunakan oleh banyak pelaku usaha untuk memperluas usahanya.