

# **PENGARUH TERPAAN IKLAN MELALUI MEDIA *YOUTUBE* DALAM TAYANGAN *MOVE ON TRIP* TERHADAP *BRAND LOYALTY***

**(Survei Pada *Member group facebook Samsung Galaxy J5 / J7 pro Indonesia*)**

**MUHAMMAD DWI ANJASMARA**

## **ABSTRAK**

Latar belakang dalam penelitian ini didasarkan dengan munculnya *webseries* yang menjadi strategi untuk memasarkan produk baru dari *Samsung*, khususnya di Indonesia banyak produk yang sudah membuat *webseries* terlebih dahulu untuk mempromosikan produknya. *Samsung* membuat cara promosi yang unik dengan membuat *webseries*, hal tersebut bertujuan agar iklan dikenang secara baik bagi calon konsumennya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya Pengaruh Terpaan Iklan Melalui Media Youtube Dalam Tayangan *Move On Trip* Terhadap *Brand Loyalty* (Survei Pada *Member group facebook Samsung Galaxy J5 / J7 pro Indonesia*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah *Member Group Facebook Samsung Galaxy Jpro Indonesia* sebanyak 10,874 responden, jumlah sampel yang didapatkan berdasarkan rumus Yamane sebanyak 99 responden. Hasil penelitian menyatakan terpaan iklan melalui media *youtube* dalam tayangan *move on trip* memberikan pengaruh terhadap *brand loyalty*.

**Kata Kunci** : *Move On Trip*, Terpaan Iklan, *Brand Loyalty*

# **THE INFLUENCE OF ADVERTISING EXPOSURE THROUGH YOUTUBE MEDIA IN THE *MOVE ON TRIP* TO BRAND LOYALTY**

**(Survey on Member of Facebook Samsung Galaxy J5 / J7 pro Indonesia)**

**MUHAMMAD DWI ANJASMARA**

## **ABSTRACT**

The background in this study is based on the emergence of webseries which became a strategy to market new products from Samsung especially in Indonesia many products have already made a web series to promote the products. Samsung makes a unique way of promotion by creating webseries, it aims suppose these ads are easy to remember and easy to understand by consumers. The purpose of this research is to find out how the influence of advertising exposure through *youtube* media in the *move on trip* to brand loyalty (Survey on Member group facebook Samsung Galaxy J5 / J7 pro Indonesia). The method used is quantitative. The population in this research is the Member *Group of Facebook Samsung Galaxy Jpro Indonesia* as much 10,874 respondents, the number of samples obtained on the basis of the formula Yamane as much 99 respondent. The result of the research shows the exposure of advertising through the media *youtube* in impressions *move on trip* to give effect to brand loyalty.

**Key Word** : *Move On Trip, Exposure To Advertising, Brand Loyalty*