

**PENGARUH TERPAAN IKLAN *POP UP* DI APLIKASI *SPOTIFY NON PREMIUM* TERHADAP *BRAND AWARENESS***

**(Survei Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Di Universitas Al-Azhar Jakarta  
INDONESIA)**

**DESKA AHMANARA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini membahas tentang pengaruh terpaan iklan *pop up* di aplikasi *spotify non premium* terhadap *brand awareness*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui besarnya pengaruh terpaan iklan *pop up non premium* terhadap *brand awareness*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Jakarta Indonesia, untuk sampel menggunakan rumus *Slovin* yang kemudian didapatkan sebanyak 87 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji korelasi variabel X (terpaan iklan *pop up*) terhadap variabel Y (*brand awareness*) sebesar 0.569. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi didapatkan hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 32.3%. Hasil uji t didapatkan t hitung > t tabel yaitu t hitung 5,789 > t tabel 1.662, maka dapat disimpulkan H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Kesimpulan dari penelitian bahwa terdapat pengaruh yang cukup kuat antara terpaan iklan *pop up* di aplikasi *spotify non premium* terhadap *brand awareness*. Saran dari penelitian ini bahwa aplikasi streaming musik mempermudah pengguna untuk mendengarkan berbagai macam jutaan lagu yang disajikan oleh *spotify*, hendaknya *spotify* dapat meningkatkan kualitas dengan inovasi seperti mengurangi beberapa tayangan iklan agar pengguna tidak bosan dengan adanya iklan yang dapat merubah *mindset* para konsumen, dalam melakukan promosi iklan di *spotify* diharapkan aplikasi ini untuk mempersingkat durasi iklan yang terlalu lama demi kenyamanan pengguna untuk memposisikan aplikasi *streaming* musik terbaik didunia.

**Kata kunci :** Terpaan iklan *pop up*, Teori *Uses and Gratification*, *Brand Awareness*.

**THE INFLUENCE OF EXPOSURE POP UP ADS ON SPOTIFY APPLICATION  
NON PREMIUM AGAINST THE BRAND AWARENESS**

**ABSTRACT**

*This study discusses the influence of exposure to pop up ads on spotify application for non premium against the brand awareness. The purpose of this research is to know the magnitude of the influence of exposure to pop up ads for non premium against the brand awareness. The theory used in this research is the theory of the Uses and Gratification. The method used is quantitative. Data collection is done by means of dissemination of the questionnaire. The population in this research is a student of economic faculty i/Al-Azhar University Jakarta, Indonesia, for the sample Slovin formula using which then obtained as many as 87 of respondents. Sample withdrawal techniques used in this research is purposive sampling technique. The research results showed that test results correlation variable X (exposure to pop up ads) against the variable Y (brand awareness) of 0.569. Based on the results of the calculation of the coefficient of determination of the obtained results the presence of the influence of variables X against Y variables of 32.3%. T test results in  $t_{\text{calculate}} > t_{\text{table}}$  i.e.  $t_{\text{calculate}} 5.789 > 1,662$  table t, then it can be inferred  $H_0$  is rejected and the  $H_a$  are received. The conclusion from research that there is a fairly strong influence among the *terapaan* pop up ads on spotify application for non premium against the brand awareness. Advice from this research that the application makes it easy to stream music users to listen to a wide range of millions of tracks served by spotify, spotify should can improve the quality with innovation as it relieves some of the ad impressions so that the user does not get bored with the ads can change the mindset of consumers, in doing the promotion ads on spotify application is expected to shorten the duration of ads that are too long for the sake of convenience users to reposition the application streaming the best music in the world.*

**Keywords:** *exposure to pop up ads, Uses and Gratification, Brand Awareness.*