

Muhamad Firhad Noval

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

2010411215@mahasiswa.upnvj.ac.id

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan digitalisasi telah membawa perubahan kepada segala macam aspek kehidupan manusia. Berbagai fenomena seperti munculnya mobil listrik dan teknologi digital berdasarkan kemajuan teknologi yang terjadi saat ini. Angka penjualan mobil listrik di Indonesia masih tergolong rendah dengan industri mobil di Indonesia yang masih dikuasai oleh mobil ber-BBM dengan persentase sebesar 98%. Fitra Eri muncul sebagai seorang YouTuber yang menyajikan berbagai informasi seputar otomotif termasuk mobil listrik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh Fitra Eri dalam mempengaruhi minat beli subscribers channel YouTube-nya. Penelitian ini mengadopsi desain penelitian kuantitatif, dengan pendekatan asosiatif. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh subscriber YouTuber Otomotif Fitra Eri yang per tanggal 22 Februari berjumlah sebanyak 2.88 Juta. Adapun sampel pada penelitian ini berjumlah sebanyak 100 orang yang didapat melalui perhitungan rumus Slovin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh Konten Fitra Eri terhadap Minat Beli Mobil Listrik Konten yang dihasilkan oleh Fitra Eri memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli mobil listrik di Indonesia. Analisis regresi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,184 dan Adjusted R Square sebesar 0,176, yang mengindikasikan bahwa 18,4% variasi dalam minat beli mobil listrik dapat dijelaskan oleh konten Fitra Eri.

Kata Kunci: Digitalisasi, mobil listrik, YouTube, Fitra Eri

THE INFLUENCE OF YOUTUBER “FITRA ERI” ON THE INTEREST IN PURCHASING ELETRIC CARS IN INDONESIA

Muhamad Firhad Noval

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

2010411215@mahasiswa.upnvj.ac.id

ABSTRACT

Technological advancements and digitalization have brought changes to various aspects of human life. Phenomena such as the emergence of electric vehicles and digital technologies are evidence of current technological progress. In Indonesia, the sales figures for electric vehicles remain relatively low, with the automotive industry still dominated by fuel-powered vehicles, accounting for 98% of the market. Fitra Eri, a prominent YouTuber, provides various automotive-related content, including information on electric vehicles. This research aims to uncover the influence of Fitra Eri on his YouTube channel subscribers' interest in purchasing electric vehicles. The study adopts a quantitative research design with an associative approach. The population of this study consists of all subscribers of Fitra Eri's automotive YouTube channel, which, as of February 22, amounts to 2.88 million. The sample size for this study is 100 respondents, determined using the Slovin formula. The results of the study indicate that Fitra Eri's content significantly influences the interest in purchasing electric vehicles in Indonesia. Regression analysis shows an R Square value of 0.184 and an Adjusted R Square value of 0.176, indicating that 18.4% of the variation in interest in purchasing electric vehicles can be explained by Fitra Eri's content.

Keyword : Digitalitation, electric vehicle, Youtube, Fitra Eri