

**PENGARUH TERPAAN IKLAN YOUTUBE VERSI “CERITA LOGO”
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BUKALAPAK
(Survei Pada *followers* akun Instagram @Bukalapak)**

Yulio

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh terpaan iklan Youtube versi “Cerita Logo” terhadap Loyalitas Pelanggan Bukalapak. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan iklan Youtube versi “Cerita Logo” terhadap loyalitas pelanggan Bukalapak, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Kemungkinan Elaborasi. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @Bukalapak, untuk sampel menggunakan rumus Lemeshow yang kemudian diperoleh sebanyak 96 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 for Windows. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi didapatkan hasil pengaruh terpaan iklan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 32,1%, sedangkan sisanya 67,9% adalah pengaruh oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} 6,646 > t_{tabel} 1,665$, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai R yang didapatkan melalui uji korelasi sebesar 0,567 yang berada pada kategori nilai interpretasi koefisien korelasi menunjukkan tingkat pengaruh yang cukup kuat. Maka, dapat diketahui dan disimpulkan bahwa terpaan iklan Youtube versi “Cerita

Logo” memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap loyalitas pelanggan Bukalapak pada *followers* akun Instagram @Bukalapak.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Loyalitas Pelanggan, Periklanan, Terpaan Iklan, Youtube.

**THE EFFECT OF YOUTUBE AD EXPOSURE VERSION OF "LOGO
STORIES"
TOWARDS BUKALAPAK CUSTOMER LOYALTY
(Survey on followers of the Instagram account @ Bukukapak)**

Yulio

ABSTRACT

This study discusses the effect of Youtube ad exposure version of "Logo Stories" towards Bukalapak customer loyalty. The purpose of this study is to determine whether there is an influence of the Youtube ad exposure version of "Logo Stories" towards Bukalapak customer loyalty, and to find out how much influence. The theory used in this research is Elaboration Likelihood Theory. The method used is a quantitative research method. Data collection is done by distributing questionnaires. The population in this study were followers of @Bukalapak Instagram account, for samples using the Lemeshow formula which were then obtained as many as 96 respondents. The sampling technique used in this study is the purposive sampling technique. Data processing in this study uses SPSS version 25 for Windows. Based on the calculation of the coefficient of determination obtained the effect of ad exposure on customer loyalty by 32.1%, while the remaining 67.9% is the influence of other variables not examined in this study. The results of testing the hypothesis using the t test showed that $t \text{ count } 6.646 > t \text{ table } 1.665$, it can be concluded that H_0 was rejected and H_a was accepted. R value obtained through the correlation test of 0.567 which is in the category of interpretation of the correlation coefficient shows a fairly strong level of influence. So, it can be known and concluded that the Youtube ad exposure version "Logo Stories" has a strong enough influence on the customer loyalty of the Bukalapak on followers of @Bukalapak Instagram account.

Keywords: Advertising, Ad Exposure, Customer Loyalty, Marketing Communication, Youtube.