

Pengaruh native advertising terhadap consumer attitude dan purchasing behavior (Studi kasus media youtube) = The impact of native advertising towards consumer attitude and purchasing behavior study case youtube.

Mike Oktavia Pintauli, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20503800&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Tujuan utama dari skripsi ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan dengan jenis native advertising terhadap consumer attitude dan purchasing behavior. Native Advertising yang dimaksud merupakan iklan yang ditampilkan melalui media sosial YouTube. Data dari penelitian ini dikumpulkan dari kuesioner yang disebarkan kepada responden yang menggunakan aplikasi YouTube selama 6 bulan terakhir dan diolah dengan software IBM SPSS 24 Statistics untuk pretest, serta LISREL 8.51 untuk main test. Penemuan dari penelitian ini adalah bahwa Attitude Toward Native Advertising (ATSA) berpengaruh terhadap Purchasing Intention.

<hr>

The main objective of this paper is to determine the influence of Native Advertising towards Consumer Behavior and Purchasing Behavior. Native advertising is a commercial that placed in social media, YouTube. Data from this study was collected from a questionnaire distributed to YouTube users for the past 6 months and processed with IBM SPSS 24 Statistics software for the pretest, and LISREL 8.51 for main test. The finding of this study indicates that Attitude Toward Native Advertising are influenced Purchasing Intention.