

ABSTRAK

Di perkembangan jaman yang sudah maju saat ini, media sosial digunakan sebagai sarana promosi *online*, salah satunya adalah youtube. YouTube adalah situs jejaring sosial dimana lebih memusatkan pada kegiatan berbagi video. Dengan kata lain, YouTube berfungsi dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh media promosi *online* youtube terhadap keputusan *audience* dalam menonton film di kota Bandung (Studi korelasional trailer film The Raid 2: Berandal). Yang mana penelitian ini melibatkan dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang pertama adalah kelebihan media promosi youtube (X_1). Kemudian variabel independen kedua adalah karakteristik video youtube (X_2). Dan variabel dependen adalah keputusan konsumen (Y).

Data primer dikumpulkan melalui metode survey terhadap 400 responden dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal dan deskriptif dengan metode penelitian yaitu metode kuantitatif kepada 400 responden yang berasal dari pengguna internet dan pengguna situs youtube. Sementara teknik analisis data yang Penulis gunakan adalah Analisis Linier Berganda. Penelitian ini memiliki hasil analisis deskriptif sebesar 73% untuk variabel kelebihan media promosi youtube, sebesar 71% untuk variabel karakteristik video pada youtube, serta 75% untuk variabel keputusan *audience* dalam menonton film.

Sehingga, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan kelebihan media promosi youtube dan karakteristik video youtube berpengaruh signifikan terhadap keputusan *audience* dalam menonton film sebesar 58,2% dan sisanya sebesar 41,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Promosi, Media Promosi *Online*, Trailer Film, Youtube