

ABSTRAK

Streaming video digital kini menjadi salah satu alat yang digunakan untuk menonton video di mana saja dan kapan saja. di Indonesia ada 3 layanan streaming terpopuler yaitu Netflix, Disney+ dan YouTube, YouTube merupakan satu-satunya layanan streaming yang menyediakan 2 layanan yaitu gratis dan berbayar, tidak seperti layanan streaming lainnya yang harus membayar terlebih dahulu untuk dapat mengakses video dalam layanannya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Convenience Value, Monetary Value, Emotional Value, Social Value, Dan Advertising Intrusiveness* Terhadap *Purchase Intention* YouTube Premium.

Penelitian ini menggunakan analisis eksplanatori dan pendekatan kuantitatif dengan total sampel sebanyak 404 responden. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah Non-probability Sampling dan Kuota Sampling. Uji yang dihitung adalah uji asumsi klasik, analisis linier berganda, Uji T, Uji F dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel *Convenience Value, Monetary Value, Emotional Value, Social Value, Dan Advertising Intrusiveness* dan *Purchase Intention* YouTube Premium memiliki nilai tanggapan yang baik, hasil analisis secara parsial variabel *Convenience Value, Monetary Value, Emotional Value, Social Value, Dan Advertising Intrusiveness* berpengaruh signifikan Terhadap *Purchase Intention* YouTube Premium, Hasil analisis secara Simultan variabel *Convenience Value, Monetary Value, Emotional Value, Social Value, Dan Advertising Intrusiveness* berpengaruh signifikan Terhadap *Purchase Intention* YouTube Premium

Kata Kunci: *Convenience Value, Monetary Value, Emotional Value, Social Value, Dan Advertising Intrusiveness, Purchase Intention*