

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh iklan video online di situs Youtube terhadap brand recall Berniaga.com. Yang mana penelitian ini melibatkan dua variabel. Variabel pertama adalah iklan video online (X) yang digambarkan dengan menggunakan karakteristik iklan video online menurut Maria Mercanti-Guerin (2008), Campbell dan Wright (2008), Gordon De Lima (1997). Dan juga variabel kedua adalah *brand recall* yang digambarkan dengan menggunakan dimensi *brand recall* menurut Duane E. Knapp dalam *The Brand Mindset* (2002:15). 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 penelitian kuantitatif kepada 400 responden yang berasal dari pengguna internet. Sementara teknik analisis data yang Penulis gunakan adalah Analisis Regresi Linier Sederhana. Sehingga, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan iklan video online di situs Youtube berpengaruh signifikan terhadap *brand recall* Berniaga.com sebesar 32,5%, dan sisanya sebesar 67,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Brand, Brand Recall, Iklan Video Online, Situs Jual Beli Online, Youtube

ABSTRACT

The purpose of this research is to investigate and examine the effect of online video ads in Youtube toward Berniaga.com brand recall. This research involves in two variables. The first variable was online video ad (X) which describe by using characteristic advertising online video according to Maria Mercanti-Guerin (2008), Campbell and Wright (2008), Grodon De Lima (1997). And, the second variables was brand recall which describe by using brand recall dimension according to Duane E,Knapp in The Brand Mindset (2002:15). The primary data were collected through survey method with purposive sampling method using questionnaire given to 400 respondents. This type of research is causal and descriptive research with the research method of quantitative research methods to the 400 respondents coming from internet users. While the data analysis techniques is a simple linear regression analysis. So, the results of the study show that partially and simultaneous online video ads on the site Youtube effect significantly to Berniaga.com's brand recall of 32.5%, and the rest of 67.5% is affected by other factors which are not examined in this research.

Keywords : Brand, Brand Recall, E-commerce, Online Video Ads, Youtube

#