FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

(A) Julia Stefani (915160093)

(B) PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* LUCAS NCT DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL (YOUTUBE) SEBAGAI SARANA *CYBER BRANDING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN NEO COFFEE

(C) xvii + 59 halaman + 41 tabel + 3 gambar

(D) *ADVERTISING*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *celebrity endorser* Lucas NCT dan penggunaan media sosial youtube sebagai sarana *cyber branding* terhadap keputusan pembelian Neo coffee dikalangan *fandom* NCT. Jenis penelitian yang digunakan dengan menggunakan metode kuantitaif. Populasi dalam penelitian ini adalah followers Instagram dari akun @nct_support yang merupakan salah satu fandom NCT di Indonesia. Jumlah sampel dari penelitian ini sebanyak 75 responden yang diambil menggunakan dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa survey *nonrandom sampling.* Pengumpulan data menggunakan google form untuk menyebarkan kuisoner. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Normalitas, Uji Analisis Regresi, dan Uji Hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan hubungan yang kuat antara penggunaan celebrity endorser dan

media sosial youtube sebagai sarana cyber branding terhadap keputusan pembelian.

(E) Daftar Pustaka: 16 buku (2010-2018), 5 sumber online, 3 jurnal.

(F) Ahmad Junaidi, S. S., M.Si