

## ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI *ADVERTISING*

AKHMAD NUSWANTORO

20140530106

**Pengaruh Intensitas Menonton Channel Youtube Otomotif Mas Wahid Terhadap Tingkat Kepercayaan Subscriber Pada Jasa Pembelian Mobil Bekas Mas Wahid**

**TAHUN SKRIPSI 2018**

**DAFTAR PUSTAKA : 19 BUKU + 16 JURNAL & WEB**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang intensitas menonton youtube terhadap tingkat kepercayaan *subscriber*. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu intensitas menonton dan tingkat kepercayaan dengan sampel penelitain yaitu Channel youtube otomotif Mas Wahid. Analisis data menggunakan Regresi Linier Sederhana yang diketahui  $R=0,753$  menunjukkan derajat hubungan linear yang erat antara variabel respon Y dan X. Sedangkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,753. Artinya bahwa X berpengaruh terhadap Y.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara intensitas menonton channel youtube otomotif Mas Wahid (X) dan Tingkat kepercayaan *subscriber* pada jasa pembelian mobil bekas Mas Wahid (Y). Pengaruh yang didapat dari koefisien beta terstandarisasi yang diperoleh pada pengujian adalah 0,868 dan nilai t 22,149 dengan signifikansi 0,000. Artinya bahwa Intensitas menonton *channel youtube* mas Wahid memberikan pengaruh yang signifikan (Nilai probabilitas  $< 0,05$ ) terhadap tingkat kepercayaan *subscriber* pada jasa pembelian mobil bekas Mas Wahid. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 75,3% atau 0,753. Artinya bahwa variabel intensitas menonoton berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan *Subscriber* Pada Jasa Pembelian Mobil Bekas Mas Wahid sebesar 75,3%, sisanya 24,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci :** Intensitas menonton, Youtube, Tingkat Kepercayaan

## **ABSTRACT**

**UNIVERSITY MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**FACULTY SOCIAL AND POLITIC SCIENCE**

**COMMUNICATION SCIENCE DEPARTMENT**

**ADVERTISING MAJOR**

**AKHMAD NUSWANTORO**

**20140530106**

***The Effect of Intensity on Watching Mas Wahid's Automotive Youtube Channel Towards Subscriber Trust Levels in Used Car Purchasing Services Mas Wahid***

**YEAR 2018**

**REFERENCES: 19 BOOKS + 16 JOURNAL & WEB**

*This study aims to analyze the intensity of watching youtube on the level subscribers' confidence level. This study uses two variables, which are the intensity of watching and the level of trust with a sample of researchers, namely Mas Wahid's automotive youtube channel. Simple Linear Regression used as the data analysis where  $R = 0.753$  shows the degree of close linear relationship between Y and X response variables. While the coefficient of determination (R square) is 0.753. It means that X has an effect on Y.*

*The results showed a significant influence between the intensity of watching Mas Wahid's automotive youtube channel (X) and subscriber's trust level on purchasing Mas Wahid's used cars (Y). The result shows that the effect from the standardized beta coefficient is 0.868 and the t value is 22.149 with a significance of 0.000. It means that the intensity of watching Mas Wahid's YouTube channel, has a significant influence (probability value  $<0.05$ ) on the subscriber's confidence level in purchasing mas Wahid's used car. The coefficient of determination (R<sup>2</sup>) is 75.3% or 0.753. This means that the variable of intensity of watching influences the level of Subscriber' confidence on the purchasing Mas Wahid's used car is 75.3%, and 24.7% is influenced by other factors.*

**Keywords:** *Intensity of watching, Youtube, Level of Trust*