**ABSTRAK**

**Brian Rityalouis / 68150150 / Tahun 2018 / Pengaruh Tayangan *Review Smartphone Channel* Youtube *GadgetIn* terhadap Minat Pembelian *Smartphone* pada Kalangan Siswa-Siswi SMAS Budi Mulia / Pembimbing: Rizal Yusacc,S.Sos., M.Si**

Seiring perkembangan zaman perkembangan teknologi komunikasi semakin canggih dan semakin mutakhir, membuat masyarakat semakin mudah mencari informasi yang diinginkan. Salah satu media yang banyak digunakan untuk pencarian informasi adalah Youtube, lahirnya Youtube ini juga banyak melahirkan para *Content Creator* yang berkontribusi sejumlah informasi yang disajikan di dalam Youtube, salah satunya yaitu *channel* Youtube *GadgetIn* yang membahas seputar *review smartphone* yang paling banyak dicari untuk mengetahui informasi seputar *smartphone* secara lengkap dan rinci dalam bahasa indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan *review* *smartphone* channel Youtube *GadgetIn* terhadap unsur minat kognisi, afeksi, dan konasi pembelian *smartphone* pada kalangan siswa-siswi SMAS Budi Mulia.

 Dalam penelitian ini menggunakan teori *Stimulus - Organism – Respons (SOR).* Teori ini mengatakan bahwa efek merupakan reaksi terhadap situasi tertentu. Teori ini memiliki konsep minat, antara lain, kognisi, afeksi, dan konasi. Sedangkan konsep *content program* tayangan channel Youtube *GadgetIn*, antara lain pengisi acara/presenter, tema, peralatan, latar musik*/backsound*, segmen, tim/kelompok kerja produksi.

Berdasarkan masalah yang diangkat, peneliti menggunakan metode kuantitatif untuk melakukan penelitian. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *cluster sampling,* yang dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada 85 responden

Berdasarkan pengolahatan data yang dilakukan, penelitian ini memperoleh hasil rata-rata yang tinggi pada dimensi tayangan *review smartphone channel* Youtube *GadgetIn* dan dimensi minat. Penelitian ini menghasilkan bahwa tayangan *review smartphone channel* Youtube *GadgetIn* berpengaruh terhadap pembelian *smartphone* pada kalangan siswa-siswi SMAS Budi Mulia, dilihat dari hasil regresi linier sederhana dengan angka 0,557 (55,7%).

Kesimpulan dari penelitian ini dari 85 responden adalah kedua variabel memiliki hubungan positif dan menyatakan setuju adanya pengaruh tayangan *review smartphone channel* Youtube GadgetIn terhadap minat pembelian *smartphone* pada kalangan siswa-siswi SMAS Budi Mulia.

**Kata Kunci :** **Tayangan *Review Smartphone,* *GadgetIn*, Teori S-O-R, Minat Pembelian, Youtube**