

ABSTRAK

Kanal Youtube "Gadget In" merupakan sumber terpercaya bagi konsumen yang ingin mencari informasi berkenaan tentang kelebihan ataupun kekurangan dari produk *smartphone*. Sehingga banyak dari pengguna Youtube mengakses konten review tersebut yang merupakan sumber komunikasi *electronic word of mouth* sebelum melakukan pembelian *smartphone*. Penelitian ini berjudul "Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dari Youtube "Gadget In" Terhadap Minat pembelian *smartphone* pada kalangan remaja di Desa Aek Songsongan. Teori yang digunakan yaitu pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini yaitu remaja yang ada di Desa Aek Songsongan yang berjumlah 424 orang, dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 sampel yang diperoleh dengan rumus Slovin dengan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* dan *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dan di peroleh persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu $Y = 2,870 + 0,899X$ dengan nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat di simpulkan bahwa terdapat Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* dari Youtube kanal "Gadget In" Terhadap Perubahan Minat pembelian *smartphone* Pada Kalangan Remaja Desa Aek Songsongan dengan nilai R^2 sebesar 51,8% sedangkan sisanya 48,2% di pengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth, Influencer, Youtube, Remaja, Teori SOR (Stimulus, Organism, Respons), Minat Pembelian, Smartphone.*

ABSTRACT

The "Gadget In" YouTube channel is a trusted source for consumers who want to find information regarding the advantages and disadvantages of smartphone products. So many YouTube users access review content which is a source of electronic word of mouth communication before purchasing a smartphone. This research is entitled "The influence of electronic word of mouth from YouTube "Gadget In" on the interest in purchasing smartphones among teenagers in Aek Songsongan Village. The theory used is a quantitative research approach with a survey research type. The population in this research is teenagers in Aek Village Songsongan numbered 424 people, and the sample in this study was 80 samples obtained using the Slovin formula using the Proportionate Stratified Random Sampling and Purposive Sampling techniques questionnaire. The data analysis technique in this research uses simple linear regression analysis and the regression equation obtained in this research is $Y = 2.870 + 0.899X$ with a significant value of 0.000 which is smaller than 0.05 Mouth from the YouTube channel "Gadget In" on changes in interest in purchasing smartphones among teenagers in Aek Songsongan Village with an R^2 value of 51.8% while the remaining 48.2% is influenced by other factors not examined in this research.

Keywords: Electronic Word of Mouth, Influencer, Youtube, Teenagers, SOR Theory (Stimulus, Organism, Response), Purchase Intention, Smartphone.