

Judul Penelitian	: Meningkatkan Minat Beli Generasi Z melalui Komunikasi Pemasaran YouTube: Peran Mediasi Kesadaran Merek dan Citra Merek
Dosen Pembimbing I	: Rafikhein Novia A, S.E., M.M
Dosen Pembimbing II	: Lina Saptaria S.Pd., M.M
Nama Mahasiswa	: Retno Sulistyowati Katri
NPM	: 22130210023

Perkembangan teknologi digital di Indonesia telah membawa perubahan signifikan pada komunikasi pemasaran, terutama melalui *platform* media sosial seperti *YouTube*, yang banyak digunakan oleh Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi pemasaran *YouTube* terhadap niat beli Generasi Z di Jawa Timur, dengan kesadaran merek dan citra merek sebagai variabel mediasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, menggunakan teknik analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dan melibatkan 170 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran *YouTube* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesadaran merek dan citra merek. Temuan ini menunjukkan bahwa paparan iklan di *YouTube* memperkuat pengenalan dan persepsi positif konsumen terhadap suatu merek. Namun, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa komunikasi pemasaran *YouTube* tidak secara langsung memengaruhi niat beli. Sebaliknya, kesadaran merek dan citra merek memiliki pengaruh paling dominan terhadap niat beli. Di antara kedua variabel mediasi tersebut, citra merek memiliki pengaruh paling dominan terhadap niat beli. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan

kesadaran merek dan citra merek melalui upaya pemasaran *YouTube* yang strategis dapat menjadi pendekatan yang efektif untuk meningkatkan minat beli di kalangan Generasi Z.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Citra Merek, Generasi Z, Niat Pembelian, Komunikasi Pemasaran *YouTube*