

## **ABSTRAK**

Di dalam dunia marketing jaman sekarang banyak terjadi perkembangan karena adanya media digital, terutama media sosial. Salah satu contoh, banyaknya perusahaan besar menggunakan media sosial YouTube sebagai media untuk menciptakan content marketing. Salah satu perusahaan yang sudah membuat content marketing melalui Youtube adalah Shopee, dalam format iklan dengan judul “Parodi Hadiah Sepeda Jokowi”. Iklan merupakan salah satu elemen dari IMC (Intergrated Marketing Communication) sebagai media promosi. Iklan “Parodi Hadiah Sepeda Jokowi” merupakan iklan yang menggunakan genre humor. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan Shopee versi Jokowi KW terhadap keputusan pembelian di Shopee. Pada penelitian ini melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang adalah iklan Shopee (X), dan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data deskriptif dan regresi linier sederhana. Pengambilan sampel dengan menggunakan metode non-probability sampling sebanyak 400 responden di Indonesia. Berdasarkan analisis deskriptif maka didapatkan hasil bahwa tanggapan responden secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Artinya dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari iklan Shopee terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci: Iklan, Keputusan Pembelian.**