

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Konten Youtube Nihongo Mantappu Terhadap keputusan *Audience* Dalam Melakukan *Subscribe*. Penelitian ini menggunakan variabel independen Konten Youtube dengan sub variabel Judul, *Caption*, *Video*, *Audio*, Komentar. Dengan variabel dependen *Attention*, *Interest*, *Desire*, *Choice*, *Decision*, *Action*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif, uji normalitas, analisis korelasi, uji regresi linier sederhana, koefisien determinasi, uji hipotesis, dengan melakukan pengolahan data menggunakan *SPSS Statistic 24*. Populasi dalam penelitian ini merupakan *subscriber* youtube Nihongo Mantappu. Sampel pada penelitian ini menggunakan 400 responden dan menggunakan teknik *non probability sampling*. Hasil pada penelitian ini hasil uji t atau uji hipotesis yang telah diperoleh nilai hitung pada $t_{hitung} 14,678 > t_{tabel} 1971$. Maka H_0 ditolak sehingga terdapat Pengaruh konten youtube Nihongo Mantappu sebagai variabel X terhadap Keputusan *Audience* dalam melakukan *Subscribe*. Sedangkan hasil uji regresi linier sederhana memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga Konten youtube Nihongo Mantappu variabel (X) berpengaruh terhadap Keputusan *Audience* dalam melakukan *Subscribe* variabel (Y). Dan pada koefisien determinasi memberikan pengaruh sebesar 65,6% dan sisanya 34,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *New Media*, Media Sosial, *AIDDA*, Keputusan, *Audience*, Youtube dan Konten Youtube, *Content Creator* dan *Subscriber*.