

## **ABSTRAK**

Pelanggan semakin tertarik pada kampanye pemasaran baru yang tidak biasa, sehingga pemasar berusaha menarik perhatian mereka dengan pesan iklan yang menarik. Pemasaran gerilya adalah teknik satu-satunya untuk memenuhi kebutuhan ini. Pemasaran gerilya adalah strategi pemasaran populer yang melibatkan penggunaan cara yang tidak biasa untuk mempromosikan produk dan layanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemasaran gerilya mempengaruhi niat beli di Indonesia dan Malaysia. Teknik kuantitatif diterapkan, dan total 232 responden dari kedua negara dan jumlah untuk masing-masing negara adalah sama. Pengujian hipotesis menggunakan model persamaan struktural. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa kebaruan, kejelasan, dan kejutan memiliki dampak yang menguntungkan dan signifikan terhadap niat beli di kedua negara. Selanjutnya, penelitian mengungkapkan bahwa hasil untuk Humor bervariasi, dengan Indonesia tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli meskipun Malaysia memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: Pemasaran Gerilya, Niat Beli, Kebaruan, Humor, Gairah Emosional, Kejelasan, Kejutan