

## PENGARUH TERPAAN IKLAN TVC SPRITE VERSI NYATANYA NYEGERIN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

JumlahHalaman : 77 Isi  
Bibliografi : 34Buku + 2 Situs Website, Tahun 1985-2015  
Kata Kunci : Komunikasi,Iklan,Terpaan iklan,dan Minat beli

### ABSTRAK

Proses komunikasi di lakukan oleh pengiklan sebagai komunikator untuk menginformasikan suatu produknya kepada khalayak atau komunikasi melalui media elektronik iklan TVC. Fenomena yang terdapat pada iklan TVC sprite versi nyatanya nyegerin sangat unik,karena dalam isi pesan iklan tersebut mengajak konsuen berfikir jernih dan memberikan tanggapan bahwa dengan mencampur sendiri es batu, rasa lemon dan gelembung bisa seenak dan senyegerin sprite. Lalu khalayak tertarik untuk melihat iklan tersebut sehingga dapat menimbulkan minat beli yang di sebabkan oleh iklan. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh terpaan Iklan TVC sprite versi nyatanya nyegerin terhadap minat beli konsumen.

Peneliti menggunakan teori S-O-R sebagai pendukung Terpaan Iklan. Terpaan Iklan, mempunyai tiga dimensi yaitu: (1) frekuensi (2) durasi (3) Atensi. Dan konsep minat beli mempunyai lima dimensi yaitu: (1) Pengenalan masalah,(2) Pencarian Informasi,(3) Evaluasi Alternatif,(4) Keputusan Pembelian,(5) Perilaku Pasca Pembelian.

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan survey terhadap 59 responden mahasiswa Universitas Mercubuana jurusan Advertising & Marketing Communication angkatan 2012-2014. Untuk mendapatkan jumlah responden peneliti menggunakan teknik penarikan sampel *simple random sampling*, yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi seluruh anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disampaikan bahwa, hasil uji korelasi sebesar 0,624 terletak pada wilayah antara 0,60 – 0,799 yang berarti ada hubungan yang **kuat** dan arah hubungannya positif.

Dari hasil penghitungan akhir Peneliti dapat memberikan kesimpulan, Bahwa *Terpaan iklan TVC Sprite versi Nyatanya Nyegerin* ini mempunyai daya tarik yang kuat untuk mempengaruhi minat beli konsumen-nya.