

ABSTRAK

Fenomena yang diangkat menjadi objek penelitian adalah menurunnya jumlah pengguna produk PT. Indosat Ooredoo pada awal tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi akibat *eksposur* iklan media sosial, *brand awareness*, citra produk, terhadap minat beli. Sampel peneliti sebanyak 92 responden mahasiswa S1 Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi semester genap tahun 2015/2016 yang ditentukan dengan menggunakan teknik penarikan sampel rumus *Toro Yamane*. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui survey pengisian kuesioner oleh responden. Pengolahan data primer menggunakan Metode Analisis Kuantitatif. Dari pembahasan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut : *Pertama*, Hasil uji regresi menunjukkan adanya pengaruh yang dihasilkan dari *eksposur* iklan, *brand awareness*, citra produk terhadap niat beli. Pengaruh tersebut bersifat negative, artinya apabila variabel-variabel tersebut secara bersama-sama mengalami penurunan, maka penurunan tersebut akan diimbangi dengan penurunan pada variabel niat beli. *Kedua*, kurangnya perhatian responden terhadap *eksposur* iklan PT. Indosat Ooredoo di jelaskan oleh *eksposur* sebesar 0,976, *Brand Awareness* sebesar 0,831, Citra Produk sebesar 0,943, dan Niat Beli sebesar 0,958. *Ketiga*, bahwa variabel *eksposur*, *Brand Awareness*, Citra Produk adalah merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi Niat Beli hingga mengakibatkan tingkat penurunan pengguna produk dari PT. Indosat Ooredoo.

Kata Kunci: *Eksposur*, *Brand Awareness*, Citra Produk dan Niat Beli



ABSTRAK

Fenomena yang diangkat menjadi objek penelitian adalah menurunnya jumlah pengguna produk PT. Indosat Ooredoo pada awal tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi akibat *eksposur* iklan media sosial, *brand awareness*, citra produk, terhadap minat beli. Sampel peneliti sebanyak 92 responden mahasiswa S1 Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi semester genap tahun 2015/2016 yang ditentukan dengan menggunakan teknik penarikan sampel rumus *Toro Yamane*. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui survey pengisian kuesioner oleh responden. Pengolahan data primer menggunakan Metode Analisis Kuantitatif. Dari pembahasan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut : *Pertama*, Hasil uji regresi menunjukkan adanya pengaruh yang dihasilkan dari *eksposur* iklan, *brand awareness*, citra produk terhadap niat beli. Pengaruh tersebut bersifat negative, artinya apabila variabel-variabel tersebut secara bersama-sama mengalami penurunan, maka penurunan tersebut akan diimbangi dengan penurunan pada variabel niat beli. *Kedua*, kurangnya perhatian responden terhadap *eksposur* iklan PT. Indosat Ooredoo di jelaskan oleh *eksposur* sebesar 0,976, *Brand Awareness* sebesar 0,831, Citra Produk sebesar 0,943, dan Niat Beli sebesar 0,958. *Ketiga*, bahwa variabel *eksposur*, *Brand Awareness*, Citra Produk adalah merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi Niat Beli hingga mengakibatkan tingkat penurunan pengguna produk dari PT. Indosat Ooredoo.

Kata Kunci: *Eksposur*, *Brand Awareness*, Citra Produk dan Niat Beli

