



Universitas Mercu Buana
Faculty of Communication
Field of study Marketing communication & Advertising
Garmadis Fitria SW
44315110077

Pengaruh Terpaan Iklan Televisi LP3I Versi “Motor Baru - With Andi Arsyil”
Terhadap Minat Siswa Memilih LP3I
(Survei pada Siswa-Siswi SMK PKP 1 Jakarta Islamic School)
Number of Pages : 87 pages + Attachments + Curriculum Vitae
Bibliography : 25 references, years : 1994-2016

ABSTRACT

Television advertisement is one of the modern marketing tools whose activities are manifest in the concept of communication. Success in supporting the marketing program is a reflection and purpose of communication. Like the LP3I's advertising activity a creative advertisement is issued to make the information acceptable to consumers. The purpose of this study is to find out how far the influence of LP3I television advertisement exposure "Motor Baru - With Andi Arsyil" version to the students' interest in choosing LP3I.

To find out the influence of LP3I TV commercial exposure of "Motor Baru - With Andi Arsyil" versions of LP3I's students interest, the researcher uses Rajeev Batra Advertising Exposure theory, John G. Mayer and David A. Aaker, also for the theory of buying interest, using theory and theory. The effect of SOR is to analyze the impact of variables.

This research uses quantitative approach with explanative research type. The research method used is a survey by using questionnaires distributed to students of SMK which results are calculated using SPSS ver 23. Population that became the object in this study were students of SMK PKP 1 Jakarta Islamic School with a population of 381 students and with the formula Number of samples as much.

Simple linear regression results indicate a strong enough relationship, positive and significant. The determinant function is 0.348 or 34.8%. Can be concluded 34.8%. interest of student choose LP3I by variable advertisement of television LP3I Version "Motor Baru - With Andi Arsyil", while the rest of 65,2% by other factor.

The conclusion is LP3I TV commercials "Motor Baru - With Andi Arsyil" version already has a good advertising message and thanks to the celebrity endorser, Andi Arsyil is quite familiar with the television ads look more attractive and liked. then it can be concluded election celebrity endorser become one of very important factor and must be paid attention

Keywords : *The Influence of television advertising and buying interest*



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Garmadis Fitria SW
44315110077

Pengaruh Terpaan Iklan Televisi LP3I Versi “Motor Baru - *With* Andi Arsyil”
Terhadap Minat Siswa Memilih LP3I
(Survei pada Siswa-Siswi SMK PKP 1 *Jakarta Islamic School*)
Jumlah Halaman : 87 halaman + lampiran + Daftar Riwayat Hidup
Bibliografi : 25 acuan, Tahun 1994-2016

ABSTRAK

Iklan televisi merupakan salah satu instrument pemasaran modern yang aktifitasnya didasarkan pada konsep komunikasi karenanya maka keberhasilannya dalam mendukung program pemasaran merupakan pencerminan dan keberhasilan komunikasi. Seperti kegiatan iklan LP3I mengeluarkan sebuah iklan yang kreatif agar informasinya dapat diterima konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh terpaan iklan televisi LP3I Versi “Motor Baru - *With* Andi Arsyil” terhadap minat siswa memilih LP3I.

Untuk untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan televisi LP3I Versi “Motor Baru - *With* Andi Arsyil” terhadap minat siswa memilih LP3I, peneliti menggunakan teori *Ad Exposure* menurut Rajeev Batra, John G. Mayer dan David A. Aaker, serta untuk teori minat beli, peneliti menggunakan landasan teori model *Hierarchy of Effect* dari Robert Lavidge dan Gary Steiner serta landasan teori SOR untuk menganalisa dampak variabel tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada siswa-siswi SMK yang hasilnya dihitung menggunakan SPSS ver 23. Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMK PKP 1 *Jakarta Islamic School* dengan Jumlah populasi sebesar 381 mahasiswa dan dengan rumus slovin didapatkan jumlah sample sebanyak 79 responden.

Hasil regresi linier sederhana menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat, positif dan signifikan. Perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 0,348 atau 34,8%. Dapat disimpulkan bahwa 34,8%. minat siswa memilih LP3I dipengaruhi oleh variabel iklan televisi LP3I Versi “Motor Baru - *With* Andi Arsyil”, sedangkan sisanya 65,2 % dipengaruhi faktor lain.

Kesimpulannya adalah iklan televisi LP3I Versi “Motor Baru - *With* Andi Arsyil” sudah memiliki pesan iklan yang cukup baik dan berkat adanya *celebrity endorser*, Andi Arsyil yang cukup di kenal maka iklan televisi terlihat lebih menarik dan disukai. maka dapat disimpulkan pemilihan *celebrity endorser* menjadi salah satu faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan.

Kata Kunci : Pengaruh Terpaan Iklan Televisi dan Minat Beli