



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Aulia Fitri Indrasari
44314110078

Pengaruh Terpaan Iklan Televisis “Emang Cincai” Bukalapak Terhadap Minat Beli
Konsumen (Survey Karyawan di Wisma Hayam Wuruk)

Jumlah Halaman : 87 halaman + lampiran + Daftar Riwayat Hidup
Bibliografi : 30 acuan, Tahun 1992-2015

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh terpaan iklan pada iklan televisi “Emang Cincai” Bukalapak terhadap minat beli konsumen. Untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan televisi Emang Cincai Bukalapak, peneliti menggunakan teori terpaan iklan menurut Aaker David Myres Jhon G dengan 3 indikator: (1) Frekuensi, (2) Durasi, (3) Intensitas. Konsep minat beli yang digunakan dengan melihat 3 indikator: (1) *Attention*, (2) *Interest*, (3) *Desire*.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tipe penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif eksplanatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Kriteria penentuan responden dalam penelitian ini merupakan karyawan di Wisma Hayam Wuruk yang pernah melihat iklan “Emang Cincai” Bukalapak dan teknik penarikan sampel menggunakan rumus slovin. Untuk melihat pengaruh terpaan iklan terhadap minat beli, peneliti menggunakan landasan teori komunikasi SOR dan teori AIDA untuk menganalisa dampak variabel tersebut.

Hasil analisa regresi linier sederhana dengan perhitungan koefisien determinasi menunjukkan adanya hubungan yang lemah yaitu sebesar 20,3% minat beli konsumen dipengaruhi oleh variabel terpaan iklan Emang Cincai Bukalapak. Sedangkan hasil uji analisis koefisien korelasi antar variabel cukup kuat yakni 45,1%. Lalu hasil uji hipotesis menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel terpaan iklan mempengaruhi minat beli konsumen Bukalapak. Kesimpulannya adalah terdapat pengaruh yang nyata (signifikan) antara terpaan iklan Bukalapak terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci : Terpaan Iklan, Iklan TVC, Minat Beli