

ABSTRACT

Advertisement essentially is a media to promote ideas, products, or services with using specific sponsor on behalf of a product, where one of the ways of implementation throughout commercial in the television. Advertisement implemented by the company so that customer could know more about the product that company offers.

The purpose of this research is to analyze the impact of messages from the TV commercial to the decision of purchasing Joy Green Tea and to see the dominant variables in affecting the customer decision in purchasing Joy Green Tea. The variable of the messages that was used in the commercial were the messages contain, the messages structure, the messages format, and the source of the messages. To analyze these variables, the questioners have been spread to the respondents in the Karawaci and Cibubur Hypermart. The analysis is using statistic and the result of the questioners were valid and reliable. The sampling technique was nonprobability sampling with the questioner method of accidental sampling. The chosen samples were selected of 170 people with 85 respondents from Hypermart Karawaci location and 85 respondents from the Hypermart Cibubur location. And then the regression logistic binary analysis was conducted.

The result of the regression logistic binary in the Hypermart Cibubur showed that all free variables influenced to the decision of purchasing the products, while in the Hypermart Karawaci, only variable the messages contain (X_1), the messages format (X_3) and the messages sources (X_4) that giving influence to the customer's decision to buy the Joy Green Tea. In the Hypermart Cibubur, the variable messages structure is the most dominant variable in influencing the decision to buy Joy Green Tea, while in the Hypermart Karawaci, the variable of messages contain is the most dominant in influencing the customer's decision in buying Joy Green Tea. The researcher suggest to have more innovative way of thinking in creating an advertisement that could deliver a positive impression and good response.

ABSTRAK

Periklanan pada hakekatnya merupakan media promosi yang menawarkan ide, barang atau jasa dengan menggunakan pembayaran yang dilakukan oleh sponsor tertentu atas suatu produk, di mana salah satu pelaksanaannya melalui iklan di televisi. Periklanan dilakukan oleh produsen agar konsumen dapat lebih mengenal produk yang ditawarkan perusahaan.

Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh pesan iklan televisi terhadap keputusan pembelian Joy Green Tea dan melihat variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian Joy Green Tea. Variabel pesan iklan yang digunakan yaitu isi pesan, struktur pesan, format pesan, dan sumber pesan. Untuk mengukur variabel tersebut digunakan kuesioner yang disebar kepada responden yang berada di lokasi Hypermart Karawaci dan Hypermart Cibubur. Analisis menggunakan statistik dan hasil penyebaran kuesioner adalah valid dan reliabel. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode penyebaran kuesioner adalah *accidental sampling*. Sampel terpilih sebanyak 170 orang yang terdiri dari 85 responden di lokasi Hypermart Karawaci dan 85 responden di lokasi Hypermart Cibubur. Kemudian dilakukan analisis regresi logistik binary.

Hasil analisis regresi logistik binary di lokasi Hypermart Cibubur memperlihatkan semua variabel bebas berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan di lokasi Hypermart Karawaci, hanya variabel isi pesan (X_1), format pesan (X_3) dan sumber pesan (X_4) yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian Joy Green Tea. Pada lokasi Hypermart Cibubur, variabel struktur pesan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian Joy Green Tea, sedangkan pada lokasi Hypermart Karawaci, variabel isi pesan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian Joy Green Tea. Peneliti menyarankan perlu adanya inovasi dalam pembuatan iklan sehingga memberikan kesan dan menimbulkan respon yang positif.