

PENGARUH IKLAN PEPSODENT PADA MEDIA ELEKTRONIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Studi Kasus Masyarakat Desa Sukoanyar)
THE EFFECT OF PEPSODENT TOOTHPASTE ADVERTISING ELECTRONIC MEDIA TOWARDS CONSUMER'S PURCHASING DECISION (Case Study in Sukoanyar Village Community)

Nuril Chikmah

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen
nurilchikmah30@gmail.com

Website:

Abstrak

Tujuan riset ini ialah guna mengetahui apakah Pesan Iklan (X_1), Musik Iklan (X_2), Ilustrasi Cerita (X_3), dan Bintang Iklan (X_4) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) pada masyarakat desa Sukoanyar.

Kata Kunci:

Pesan Iklan, Musik Iklan, Ilustrasi Cerita, Bintang Iklan, keputusan Pembelian.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa adanya pengaruh variabel dari hasil pengujian secara parsial X_1 (Pesan Iklan) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $4.983 > t_{tabel}$ sebesar 1,985, uji t X_2 (Musik Iklan) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2.779 > t_{tabel}$ sebesar 1,985, uji t X_3 (Bintang Iklan) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2.449 > t_{tabel}$ sebesar 1,985, uji t X_4 (Ilustrasi Cerita) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2.166 > t_{tabel}$ sebesar 1,985, Dan dari uji regresi linier berganda didapat hasil $Y = -0,230 + 0,380 X_1 + 0,219 X_2 + 0,224 X_3 + 0,182 X_4 + e$ dalam hal ini variabel pesan iklan (X_1) yang memiliki nilai yang paling dominan dalam uji regresi linier berganda. Dan variabel pesan iklan (X_1) mempunyai pengaruh secara dominan disbanding variabel musik iklan, ilustrasi cerita, dan bintang iklan terhadap keputusan pembelian konsumen masyarakat desa Sukoanyar.

Keywords: Advertising Message, Advertising Music, Story Illustration, Advertising Star, Purchase Decision.

Alamat Kantor:

Abstract

The purpose of this study is to determine whether the Advertising Message (X_1), Advertising Music (X_2), Story Illustration (X_3), and Advertising Stars (X_4) on Consumer Purchase Decisions (Y) in Sukoanyar village

community.

Further, the results of the study, it can be seen that there is a variable effect from the partial test results X_1 (Advertising Message) obtained t -count value of $4.983 > t$ -table of 1.985 , t -test X_2 (Advertising Music) obtained t -count value of $2.779 > t$ -table of 1.985 , t -test X_3 (Bintang Ad) obtained t -count value of $2.449 > t$ -table of 1.985 , t -test X_4 (Story Illustration) obtained t -count value of $2.166 > t$ -table of 1.985 . And from the multiple linear regression test the results obtained $Y = -0.230 + 0.380 X_1 + 0.219 X_2 + 0.224 X_3 + 0.182 X_4 + e$ in this case the advertising message variable (X_1) which has the most dominant value in the multiple linear regression test. And the advertising message variable (X_1) has a dominant influence compared to the advertising music variable, story illustration, and advertisement star on the consumer purchasing decisions of the Sukoanyar village community.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Nurfatwa. 2016. Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent Di Makassar Sulawesi Selatan. *Jurnal Economix Volume 4 Nomor 2 Desember 2016*.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, P dan Armstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan Kevin, L. K. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Kuspriyanto, Taat. 2018. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. AMIK BSI Jakarta. *Jurnal Cakrawala Vol. XVIII, No.1 Maret 2018*.
- O. Serina, Moloku, dkk. 2019. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 8. No. 2*

Nuril Chikmah

- Prastiyo, Yuni. 2016. Pengaruh Green Marketing Tool's Terhadap perilaku Pembelian Konsumen. Bali. Udayana Bali. *E-Jurnal Manajemen Ubud, Vol.5 No.6 2016*.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. PT. Alfabeta.
- Winata. Adi, Ketut. Nurcahya I. 2017. Pengaruh Iklan Pada Media Televisi Terhadap Minat Beli (Studi Pada Calon Konsumen Bukalapak.Com Di Kota Denpasar). Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.6 No.10, 2017:5660-5692*

