ABSTRAK

PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN MIZONE FRES'IN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh:

Yan Arta Wijaya

Kondisi persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan berlomba-lomba mengeluarkan produk yang berkualitas, tidak terkecuali PT Aqua Golden Missisipi yang mengeluarkan produk barunya Mizone Fres'in. PT Aqua Golden Missisipi mengeluarkan iklan Mizone Fres'in versi dua pegawai toko yang sedang berdebat di suatu toko swalayan, dengan tema iklan yang mencerminkan Mizone Fres'in adalah minuman *White Tea* yang sangat berbeda dari Mizone isotonik, dengan dominasi warna yang serba biru yang melambangkan ikon dari produk Mizone itu sendiri.

Volume penjualan Mizone Fres'in berfluktuasi sejak kemunculan iklan tersebut pada awal Mei 2014. Target pasar Mizone Fres'in adalah orang-orang dengan tingkat aktifitas yang tinggi, rata-rata remaja dan anak muda menjadi sasaran utama produk Mizone Fres'in.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media iklan televisi terhadap keputusan membeli minuman Mizone Fres'in Pada Mahasiswa Universitas Lampung. Hipotesis penelitian ini adalah media iklan televisi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mahasiswa Universitas Lampung. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* terhadap 100 mahasiswa Universitas Lampung yang pernah menonton iklan dan membeli Mizone Fres'in. Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan kontribusi Media Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian minuman mizone fres'in pada mahasiswa Universitas Lampung adalah sebesar 22.6% , dan diketahui bahwa dari hasil uji F, Variabel Media Iklan Televisi (X) berpengaruh signifikan terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan koefisien *sig* sebesar 0.000. Hasil uji t diketahui bahwa variabel Media Iklan Televisi (X) berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci : Media Iklan Televisi, Keputusan Pembelian.