

ABSTRAK

PENGARUH IKLAN POSTER ROKOK MEREK ONE MILD YANG DI PASANG SEPANJANG JALAN GATOT SUBROTO TERHADAP MINAT BELI SISWA LAKI-LAKI MAN 2 TANJUNG KARANG UNTUK MENGGUNAKAN ROKOK ONE MILD

OLEH

MUHAMMAD HAMBARI

Periklanan merupakan kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan lewat media massa. Iklan dimaksudkan untuk mempromosikan produk kepada konsumen. Iklan diharapkan dapat memberikan informasi dan mempengaruhi calon konsumen menggunakan produk yang diiklankan. Atas dasar setelah melihat iklan, khalayak mengalami perubahan sikap, kepercayaan mereka untuk melakukan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan poster rokok merek one mild yang di pasang terhadap minat beli khalayak untuk merokok one mild. Penelitian ini berdasarkan teori iklan AIDCA : attention (perhatian), interest (minat), desire (hasrat), conviction (keyakinan), action (tindakan). Penelitian ini membahas bagaimana iklan poster yang di pasang dapat memberikan pengaruh pada konsumen sehingga menggunakan produk yang diiklankan.

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian survey. Dengan mengambil sampel dari populasi siswa laki-laki Man 2 Tanjung Karang sebanyak 70 responden. Pengumpulan data dengan menggunakan observasi dan kuesioner. Analisa data dilakukan dengan menggunakan perhitungan regresi linier.

Pengujian hipotesis menunjukkan hasil yang signifikan $T_{hitung} > T_{Tabel}$. Dengan nilai $2.004 > 1.671$. Hal ini menunjukkan bahwa iklan poster rokok one mild yang di pasang sepanjang Jalan Gatot Subroto berpengaruh terhadap minat beli siswa laki-laki Man 2 Tanjung Karang untuk menggunakan rokok one mild yaitu 5.6%..