

ABSTRAK

PENGARUH DIMENSI IKLAN MEDIA TELEVISI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA IKLAN WARDAH VERSI LIPSTIK SERIES)

Oleh

OKTAVIA RETNO ANGGRAENI

Kosmetik merupakan kebutuhan yang paling penting dalam menunjang penampilan wanita. Wardah merupakan salah satu merek kosmetik lokal yang cukup terkenal dan banyak peminatnya. Salah satunya dengan memanfaatkan sarana yang membantu pemasaran untuk menjalin komunikasi antara perusahaan dengan konsumen dalam menghadapi pesaingnya yaitu iklan televisi Wardah Lipstik Series versi Dewi Sandra. Masalah yang dialami Wardah Lipstik Series yaitu penjualan yang fluktuatif dan terjadi penurunan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah Dimensi Iklan Media Televisi seperti Model Iklan, Pesan Iklan dan Slogan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui Pengaruh Model Iklan, Pesan Iklan, dan Slogan Terhadap Minat Beli Konsumen. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif verifikatif. Sampel dalam penelitian ini 100 responden dengan metode *non-probability sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel Model Iklan, Pesan Iklan dan Slogan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen.

Kata Kunci: Pesan Iklan, Model Iklan, Slogan, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF TELEVISION ADVERTISEMENT DIMENSION TOWARDS CONSUMERS' INTEREST (A STUDY OF WARDAH LIPSTICK SERIES VERSION ADVERTISEMENT)

By

OKTAVIA RETNO ANGGRAENI

Cosmetics is the most important requirement in supporting the appearance of women. Wardah is one of popular local cosmetics and has many consumers. One of the way by utilizing the means of marketing to maintain the communication between the company and consumers in facing the competition, that is television advertisement of Wardah Lipstick Series of Dewi Sandra version. Problems experienced by Wardah Lipstik Series are fluctuating sales and declining. The problem in this research is whether the Dimension of Television Media Advertising such as Ads Model, Ads Message and Influential Slogan to Consumer's Interest. The purpose of this research is to know the Influence of Ads Model, Ads Message, and Slogan to Consumer's Interest. This research uses descriptive verification. The sample in this research is 100 respondents with non-probability sampling method. The analytical method used is multiple linear regression and hypothesis testing using t test and F test. The results of the analysis showed that the the variable of Ad Model, Advertising Message and Slogan have the positive and significant impact on effect to Consumer's Interest.

Keywords: Ads Model, Ads Message, Slogan and Consumers' Interest