

ABSTRAK

Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat Di Bandar Lampung

Oleh

ALMER REYHAN MARZA

Perusahaan melakukan kegiatan komunikasi pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi kepada para konsumen mengenai produk yang dihasilkan dan memposisikan produk perusahaan tersebut secara tetap dibenak konsumen. Televisi merupakan media periklanan yang sangat tepat dilakukan saat ini untuk mempromosikan berbagai produk dan jasa kepada sasaran – sasaran konsumen yang dituju. PT Astra Honda Motor adalah salah satu dari sekian banyak perusahaan yang memanfaatkan iklan televisi sebagai sarana promosi.

Permasalahan didalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan televisi terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda Beat di Bandar Lampung, sementara tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklan televisi terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda Beat di Bandar Lampung. Analisis yang digunakan didalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Hipotesis yang diajukan didalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh iklan televisi terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda Beat di Bandar Lampung.

Hasil analisis Uji t, terdapat iklan televisi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda Beat di Bandar Lampung. Besarnya pengaruh menunjukkan iklan televisi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda Beat di Bandar Lampung. Koefisien determinasi ($R^2 = 0,673$) yang artinya variabel independen (iklan televisi) sebesar 67,3 % menjelaskan variabel dependen (keputusan Pembelian) dan 33,7 % dijelaskan oleh faktor lainnya.

Kata kunci : Iklan Televisi, Keputusan Pembelian