

ABSTRACT

Sahid. 2013. The Influence Of The Order Television's Advertisement To buying interest Jamu Tolak Angin Sido Muncul At Consumer Of Market Of Manyar Surabaya, under the guidance of Drs. Muhamad Tambrin .,MM and Hadi Purnomo, SE., MM.

The objectives of this research (1) to know the influence of the order television's advertisement variables which consist of messages, messages structure, messages format, messages source simultaneously to buying interest jamu tolak angin sido muncul at consumer of market of manyar Surabaya, (2) to know the order television's advertisement variables has dominant effect to buying interest jamu tolak angin sido muncul at consumer of market of manyar Surabaya.

This research is quantitative research approach which tried to know how the influence of retailing mix to to buying interest jamu tolak angin sido muncul at consumer of market of manyar Surabaya. Sampling has been developed through purposive sampling, resulting 80 respondents. The technique of gathered data there are interview, literature, and questionnaire, and 5-point Likert Scale to measure the respondent's answer. To test instrument used validities test, reliabilities tes, and classical assumption test. While the technique of data analysis used double linier regression because which is used more than two variable with F test and t test.

The result of this research shows that the order television's advertisement variables which consist of messages, messages structure, messages format, messages source have effect simultaneously to buying interest jamu tolak angin sido muncul at consumer of market of manyar Surabaya. The variable of Message has dominant effect to buying interest jamu tolak angin sido muncul at consumer of market of manyara Surabaya.

Keywords : The Order Television Advertisement, Message, Messages Structure, Messages Format, Messages Source, Buying Interest.

ABSTRAK

Sahid. 2013. Pengaruh Pesan Iklan Televisi Terhadap Minat beli Jamu Tolak Angin Sido Muncul Pada Konsumen Pasar Manyar Surabaya, dibawah bimbingan Drs. Muhamad Tambrin, MM., and Hadi Purnomo, SE., MM.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh pesan iklan televisi yang terdiri dari isi pesan, struktur pesan, format pesan dan sumber pesan secara simultan terhadap minat beli jamu tolak angin sido muncul pada konsumen pasar manyar surabaya, (2) untuk mengetahui variabel pesan iklan televisi yang berpengaruh dominan terhadap minat beli jamu tolak angin sido muncul pada konsumen pasar manyar surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berusaha untuk mengetahui bagaimana pengaruh pesan iklan televisi terhadap minat beli jamu tolak angin sido muncul pada konsumen pasar manyar surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan 80 responden. Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, kepustakaan, dan kuesioner dan menggunakan skala likert untuk mengukur jawaban responden. Untuk menguji instrumen menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Sedangkan teknik analisis data yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel, dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pesan iklan televisi yang terdiri dari isi pesan, struktur pesan, format pesan dan sumber pesan secara simultan terhadap minat beli jamu tolak angin sido muncul pada konsumen pasar manyar Surabaya. Variabel isi pesan berpengaruh dominan terhadap minat beli jamu tolak angin sido muncul pada konsumen pasar manyar Surabaya.

Kata Kunci : Pesan Iklan Televisi, Isi Pesan, Struktur Pesan, Format Pesan, Sumber Pesan, Minat beli.