

ABSTRACT

Mochammad Adi Istiawan, Effect of Animated Pocari Sweat Advertising on Purchase Decisions with Brand Image as Intervening Variable in Gresik City Society. Advisor Triana Setiyarini, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of animated advertising on purchasing decisions through brand image as an intervening variable in the people of Gresik City. The type of research used in this study is an explanatory type of research with a quantitative approach.

Sampling in this study used non-probability sampling with purposive sampling technique. The primary data used in this study were obtained from respondents through a questionnaire. The population selected is the people of Gresik city with a sample of 96 respondents.

The results of this study indicate that animated advertisements have a significant direct effect on the brand image of Pocari Sweat isotonic beverage products, animated advertisements have a significant direct effect on purchasing decisions for Pocari Sweat isotonic drink products, brand image directly has a significant effect on purchasing decisions for Pocari Sweat isotonic drinks , Animated advertisements indirectly have a significant effect on purchasing decisions for Pocari Sweat isotonic beverage products through brand image as an intervening variable.

Keywords: Animated advertising, brand image, purchasing decisions.

ABSTRAK

Mochammad Adi Istiawan, Pengaruh Iklan Animasi Pocari Sweat Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Masyarakat Kota Gresik. Pembimbing Triana Setiyarini, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh iklan animasi terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel intervening pada masyarakat kota gresik. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian jenis eksplanatif dengan pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari responden melalui kuesioner. Populasi yang dipilih adalah masyarakat kota Gresik dengan sampel sebanyak 96 responden.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa iklan animasi secara langsung berpengaruh signifikan terhadap citra merek produk minuman isotonik Pocari Sweat, iklan animasi secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman isotonik Pocari Sweat, citra merek secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman isotonik Pocari Sweat, iklan animasi secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman isotonik Pocari Sweat melalui citra merek sebagai variabel intervening.

Kata kunci: Iklan animasi, citra merek, keputusan pembelian.