

ABSTRAK

Muhammad Ridwan Rifa'i . 2015. Pengaruh Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kadur Kabupaten Pamekasan.. Dibawah bimbingan Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM. dan Suyono, SE., MSM.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Ingin mengetahui apakah ada hubungan antara media iklan yang terdiri dari iklan media cetak dan iklan media elektronik terhadap keputusan pembelian ponsel Smartfren, (2) Ingin mengetahui media iklan manakah yang paling dominan terhadap keputusan pembelian ponsel Smartfren.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berusaha untuk mengetahui bagaimana pengaruh media iklan terhadap keputusan pembelian ponsel Smartfren studi pada masyarakat Kecamatan Kadur Kabupaten Pamekasan.. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dan diperoleh sampel sebanyak 97 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 independen yang digunakan terdiri dari dua variabel, dengan uji F dan uji t.

Hasil pengujian bahwa media iklan yang terdiri dari iklan media cetak dan iklan media elektronik berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian ponsel Smartfren, berarti hipotesis yang pertama bisa diterima (benar) dan variabel iklan media elektronik berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian ponsel Smartfren, sehingga dapat dikatakan hipotesis yang kedua dapat diterima (benar).

Kata Kunci : Media Iklan dan Keputusan pembelian.

ABSTRACT

Muhammad Ridwan Rifa'l. 2015. Influence Purchase Decision Against Media Advertising Mobile Smartfren Study at the District Public Kadur Pamekasan. Under the guidance of Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM. and Suyono, SE., MSM.

The purpose of this study were (1) Want to find out if there is a relationship between the media loop consisting of print media advertising and electronic media advertising on purchasing decisions Smartfren phone, (2) Want to know Which advertising media most dominant mobile phone purchasing decisions Smartfren.

This study uses a quantitative approach which seeks to determine how the media influence the purchase decisions of advertising on mobile phones in the community study Smartfren District of Kadur Pamekasan, sampling technique uses accidental sampling and obtained a sample of 97 respondents. To test instrument using validity, reliability, and classical assumption. Data analysis technique that uses multiple linear regression analysis as independent variables used consisted of two variables, the F test and t test.

The test results that the advertising medium that consists of print ads and electronic media advertising impact together on purchasing decisions Smartfren phones, meaning that the first hypothesis is true and accepted, and electronic media advertising variables dominant influence on purchasing decisions Smartfren phone, the second hypothesis is true and accepted.

Keywords: Media Advertising and purchase decision.