

PENGARUH PESAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR IM3

(Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Universitas Islam Bandung)

Rivan Juandika Auvisa

10090311138

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana upaya PT Indosat Tbk (IM3) dalam merancang pesan iklan, dan bagaimana pengaruh pesan iklan terhadap keputusan pembelian.

Jenis penelitian yang dilaksanakan ini bersifat verifikatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data Insidental sampling dengan menggunakan 100 sampel responden pelanggan kartu prabayar IM3 pada mahasiswa S1 Universitas Islam Bandung. Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan pesan iklan yang digunakan oleh PT Indosat Tbk (IM3) tergolong sangat kuat, artinya pesan iklan secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : pesan iklan, keputusan pembelian.

***EFFECT OF ADVERTISING MESSAGES ON PURCHASE DECISION
IM3 PREPAID CARD
(A Case Study of Student S1 Bandung Islamic University)***

Rivan Juandika Auvisa

10090311138

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine how the efforts of PT Indosat Tbk (IM3) in designing the advertising message, and how the influence of advertising messages on purchasing decisions.

This type of research is carried out verification using data collection techniques Incidental sampling using a sample of 100 respondents in the IM3 prepaid card subscribers S1 students of Islamic University of Bandung. Analysis of the data used to test the hypothesis is regression analysis.

These results indicate that the implementation of advertising messages used by PT Indosat Tbk (IM3) as very strong, meaning that the advertising message significantly positive effect on purchase decisions.

Keywords: advertising messages, purchasing decisions.