

ANALISIS PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIK YAMAHA DI SEMARANG

ANDROMEDHA WISNU NUGROHO

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : black_mio27

ABSTRAK

Tantangan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersaing diantaranya adalah selalu berusaha mendapatkan cara terbaik untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasar. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mengkomunikasikan produknya dengan beriklan. Iklan cenderung dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Oleh karena itu beriklan dituntut efektif agar memberi pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Yamaha yang telah membelanjakan banyak uang untuk membuat iklan sepeda motor matik mengalami penurunan pangsa pasar dari tahun ke tahun sehingga direbut oleh Honda sebagai market leader sepeda motor matik. Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana merancang iklan yang tidak biasa, kreatif dan dapat menarik perhatian khalayak sehingga iklan tersebut dapat efektif dan bisa meningkatkan penjualan dan dapat merebut kembali pangsa pasar yang direbut oleh Honda. Dalam penelitian ini akan menganalisis pengaruh dari kualitas pesan, daya tarik iklan, dan frekuensi penayangan terhadap efektivitas iklan televisi dan pengaruh efektivitas iklan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Model (SEM) Versi 7.0. Populasi yang digunakan adalah masyarakat Semarang dengan kriteria merupakan pengguna sepeda motor matik Yamaha dan pernah melihat iklan sepeda motor matik Yamaha. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pesan, daya tarik iklan, dan frekuensi penayangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas iklan baik secara parsial maupun simultan. Efektivitas iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kualitas pesan, daya tarik iklan, frekuensi penayangan, efektivitas iklan, keputusan pembelian.

THE INFLUENCE ANALYSIS OF ADVERTISING EFFECTIVENESS ON PURCHASE DECISION OF YAMAHA MATIC MOTORCYCLE IN SEMARANG

ANDROMEDHA WISNU NUGROHO

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : black_mio27

ABSTRACT

Challenges faced by competing companies trying to get them is always the best way to capture and maintain market share. One way to do is to communicate to advertise their products. Ads tend to attract consumers to make a purchase of a product is therefore required to advertise effectively in order to have a positive impact on consumer purchasing decisions. Yamaha has been spending a lot of money to make automatic motorcycle ad market share decline from year to year so it was taken by a honda automatic motorcycle market leader. The problem faced is how to design an ad that is not unusual, creative and able to attract the attention of the audience so that advertising can be effective and can increase sales and be able to reclaim the market share captured by Honda. In this study will analyze the influence of the quality of the message, advertising appeal, and the frequency of exposure to television advertising effectiveness and influence the effectiveness of advertising on purchase decisions.

This study uses analysis of Structural Equation Model (SEM) Version 7.0. The population of Semarang is the criteria is user matic motorcycle Yamaha and never see ads matic motorcycle Yamaha. While the sample is used as many as 100 people.

The results showed that the quality of the message, advertising appeal, and broadcast frequencies a positive and significant impact on the effectiveness of advertising either partially or simultaneously. Advertising effectiveness and a significant positive influence on purchasing decisions.

Keyword : quality of the message, advertising appeal, broadcast frequencies, the effectiveness of advertising, purchasing decisions