

## ABSTRAK

### **“Pengaruh Iklan Sabun Detergen Rinso di Media Televisi terhadap Pengambilan Keputusan Membeli Oleh Konsumen. Dengan melakukan studi kasus di Keparakan Lor Yogyakarta”.**

**AGNI MAHENDRA**

**141040165**

Studi ini menggunakan 4 Variabel Independen , Yaitu (variabel tata suara ( $X_1$ ), model ( $X_2$ ), dialog ( $X_3$ ), dan tampilan gambar ( $X_4$ )) , dan sebagai Variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y)

Rumusan Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel iklan yang meliputi tata suara, model, dialog dan tampilan gambar terhadap keputusan pembelian sabun detergen Rinso oleh konsumen.
2. Untuk mengetahui variabel iklan yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sabun detergen Rinso oleh konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal dengan metode survey melalui kuesioner. Teknik *sampling* yang digunakan pada studi ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Target populasi adalah Masyarakat Keparakan Lor Yogyakarta yang melihat iklan sabun detergen rinso, dan menggunakannya, dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Studi ini menggunakan analisis Regresi berganda melalui Program *SPSS for Windows 9. 01*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Secara bersama-sama variabel independen (variabel tata suara ( $X_1$ ), model ( $X_2$ ), dialog ( $X_3$ ), dan tampilan gambar ( $X_4$ ) , berpengaruh positif terhadap pembelian sabun detergen Rinso

Dialog adalah variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian detergen Rinso

**Kata kunci:** detergen Rinso, tata suara, dialog , model, tampilan gambar,