

ABSTRAK

R DHIMAS RIZQI WAHYUNING AJI . 2014. *Analisi pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan, Kredibilitas Endoser dan Kreatifitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Survei Pemirsa Iklan Rokok Gudang Garam Di Wilayah Sleman.* (Dibimbing Oleh Surpiko Hapsoro D, SE.M.Si, dan Drs. ST Haryono, M.Si.).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: 1).Apakah variabel variabel Daya tarik iklan, kualitas pesan iklan, frekuensi penayangan iklan, kredibilitas endoser dan kreatifitas iklan secara Parsial berpengaruh terhadap Efektivitas iklan pada iklan rokok Gudang Garam di wilayah Sleman.

Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat di wilayah Sleman yang sering melihat iklan rokok Gudang Garam sebanyak 100 orang. Dari populasi ini akan ditarik sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Purposive Sampling. Dengan menggunakan rumus yang dikembangkan (Sugiyono,2006), untuk tingkat kesalahan 5%. Dengan demikian jumlah sampel penelitian ini sebanyak 80 karyawan. Metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah Analisis Regresi Linear Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). variabel Daya tarik iklan, kualitas pesan iklan, frekuensi penayangan iklan, kredibilitas endoser dan kreatifitas iklan secara parsial berpengaruh terhadap Efektivitas iklan pada.

Kata Kunci: Daya tarik iklan, kualitas pesan iklan, frekuensi penayangan iklan, kredibilitas endoser, kreatifitas iklan dan Efektivitas iklan.

