

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PENGARUH PERIKLANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI SHAMPOO PANTENE PADA MAHASISWA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas ekonomi Ukaw Kupang)**

Dalam dunia usaha pemasaran memegang peranan sangat penting. Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya. tuntutannya ini mengharuskan para pelaku bisnis untuk melakukan kegiatan pemasaran yang salah satunya adalah kegiatan promosi. Setiap perusahaan berusaha keras mempromosikan keberadaan produk dan jasa yang mereka pasarkan. Pemasaran melalui peran komunikasinya harus dapat memperkenalkan dan membawa produknya agar sampai dan dikenal oleh pasar salah satunya melalui media periklanan.

Menurut Soraya (2018) periklanan adalah penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi yang merupakan alat promosi yang kuat. Menurut Evita (2017) merek (brand) berfungsi untuk mengidentifikasi penjual atau perusahaan yang menghasilkan produk tertentu yang membedakannya dengan penjual atau perusahaan lainnya, brand itu sendiri dapat berupa nama, logo, tema atau gabungan dari keseluruhan lainnya. Menurut Pramono (2012) Minat Beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dalam penelitian ini peneliti akan membahas tentang Analisis Pengaruh Periklanan dan Citra Merek Terhadap

Minat Beli Shampoo Pantene Pada Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Ukuw Kupang). Dengan teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Sehingga diperoleh sampel sebanyak 86 orang dari jumlah populasi sebanyak 633 orang.

Teknik pengumpulan data yang dipakai yaitu, data primer yang diperoleh secara langsung dengan melakukan survey lapangan yang menggunakan metode data original lewat pembagian kuesioner pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Ukuw Kupang Angkatan 2018. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 86 mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Ukuw Kupang.

Berdasarkan hasil penelitian analisis lanjutan dalam analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS dengan hasil nilai konstanta sebesar 3.068. Hasil Uji T menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $9.896 > 1.989$  maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Mahasiswa. Dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4.239 > 1.989$  maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pada Mahasiswa.

Untuk hasil Uji F dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $26,633 > 3,11$  maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka secara simultan Periklanan dan Citra Merek berpengaruh terhadap Minat Beli pada Mahasiswa.

Berdasarkan table hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dapat diketahui bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,985 atau 98,5%. Hal ini berarti bahwa besarnya kontribusi Periklanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli Mahasiswa

adalah 98,4% sedangkan besaran 1,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : *Periklanan, Citra Merek, dan Minat Beli***