

ABSTRAK

Kegiatan Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan televisi Axis Hitz versi #MasaGaHitz terhadap minat beli siswa SMA N 6 Karawang. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan iklan televisi axis hitz versi #MasaGaHitz terhadap minat beli siswa SMA N 6 Karawang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode probability sampling jenis *stratified purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Nilai t hitung variable terpaan iklan (X) sebesar 9.238 dengan taraf signifikasi sebesar 0.00. Apabila dibandingkan t hitung dengan t table maka $9.328 > 1.984$ dan nilai signifikasi lebih kecil dibandingkan dengan 0.05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak dengan kata lain variable terpaan iklan AXIS berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian kartu perdana AXIS siswa-siswi SMAN 6 Karawang. Dan berdasarkan koefisien determinasi besarnya pengaruh variable frekuensi terpaan iklan terhadap minat pembelian dapat dilihat dari nilai R square (R^2) adalah 0.465 atau sama dengan 46.5%. Nilai ini menunjukkan bahwa variable pengaruh terpaan iklan iklan AXIS terhadap minat pembelian kartu perdana AXIS pada siswa-siswi SMAN 6 Karawang adalah sebesar 46.5% dan sisanya 53.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : Terpaan Iklan, Minat pembelian

