

ABSTRAK

Terlihat semakin berkembangnya teknologi didunia, masyarakat Indonesia pun pasti tidak tertinggal dengan perkembangan teknologi komunikasi tersebut. Perkembangan komunikasi pada saat ini sering digunakan melalui teknologi seperti Radio dimana melibatkan dua atau lebih individu baik secara langsung maupun tidak langsung, Perkembangan komunikasi pada saat ini sering digunakan melalui teknologi seperti Radio dimana melibatkan dua atau lebih individu baik secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini berjudul Efektifitas Iklan di Radio Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen studi kasus (Konsumen radio Play99ers Bandung) Tahun 2018. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Iklan terhadap keputusan pembelian konsumen setelah mendengar program-program iklan yang telah disiarkan melalui stasiun radio Play99ers Bandung. Objek penelitian ini adalah Radio Play99ers Bandung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan penelitian deskriptif, data dikumpulkan melalui metode kuisisioner terhadap 100 responden yang diperoleh dengan menggunakan pendekatan Bernoulli.

Hal ini menunjukkan bahwa besarnya nilai pengaruh Iklan terhadap keputusan pembelian sebesar 47,9% dan sisanya sebesar 52,1% faktor lain yang mempengaruhinya seperti promosi, price dan kualitas produk dan pelayanan dan yang lainnya yang tidak penulis teliti.

Kata kunci: Iklan, Keputusan Pembelian, Play99ers 100FM Bandung