

ABSTRAK

Untuk memasarkan produk diperlukan strategi promosi yang tepat sehingga dapat mempengaruhi sikap pembelian konsumen. Salah satu elemen promosi adalah periklanan. Berkembang pesatnya dunia periklanan terutama iklan pada media televisi, membuat PT. AXIS Telekom Indonesia mengiklankan produknya melalui media televisi. Iklan pada media televisi tentu mengeluarkan biaya yang cukup besar, oleh karena itu diperlukan iklan televisi yang baik, sehingga iklan tersebut dapat benar-benar mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap iklan AXIS pada media televisi, keputusan pembelian konsumen AXIS di Kota Bandung, dan pengaruh iklan AXIS pada media televisi terhadap keputusan pembelian konsumen di Kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi eksplanatori menggunakan analisis jalur (*path analysis*), dengan elemen iklan televisi sebagai variabel bebas (X), dan keputusan pembelian konsumen sebagai variabel terikat (Y). penelitian ini menggunakan teknik *aksidental sampling* dengan sampel sebesar 100 responden.

Dari penelitian ini, didapatkan hasil bahwa penilaian konsumen terhadap iklan AXIS pada media televisi cukup baik, dan keputusan pembelian konsumen AXIS di Kota Bandung setelah melihat iklan juga cukup baik, sedangkan pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 65,36% dan pengaruh faktor lain sebesar 34,64%.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa iklan AXIS pada televisi cukup baik, tetapi penulis menyarankan untuk memperbaiki dan lebih kreatif dalam membuat ilustrasi iklan AXIS, karena pengaruh variabel ilustrasi iklan terhadap keputusan pembelian sebesar 10,98%, elemen ini paling kecil dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dibandingkan dengan elemen lainnya.

Kata kunci :Iklan Televisi, AXIS, Keputusan Pembelian Konsumen, Analisis Jalur