

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat terhadap Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Rumah Belajar dari Kementerian Pendidikan dan Budaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Teori dasar yang menjadi dasar penelitian adalah Iklan Layanan Publik. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Indonesia yang berjumlah 100 responden. Dimana Teknik pengambilan sample secara probability sampling. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis dengan menggunakan IBM SPSS 25 for windows.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variable iklan layanan masyarakat yaitu meaningful, believable, dan distinctive terindikasi baik. Selanjutnya hasil penelitian menunjukkan bahwa 3 dimensi iklan layanan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen secara partial. Besarnya pengaruh simultan dilihat berdasarkan nilai korelasi sederhana 0.427. Sehingga, berdasarkan nilai koefisien determinasi, disiplin dan supervision sebesar 18,2% terhadap kinerja karyawan, sedangkan sisanya 81,2% dipengaruhi oleh hal lain diluar penelitian ini.

**Kata kunci:** *Rumah Belajar, Iklan Layanan Masyarakat, Perilaku Konsumen, Kemendikbud.*