

ABSTRAK

Persaingan bisnis pada industri telekomunikasi seluler di Indonesia berkembang pesat selama beberapa tahun terakhir. Berkembangnya persaingan bisnis ini ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna telepon seluler. Hal inilah yang memicu para perusahaan provider di Indonesia salah satunya PT XL Axiata untuk melakukan promosi melalui iklan di media televisi. Adapun salah satu iklan yang diluncurkan oleh PT XL Axiata yaitu iklan XL 'Sejuta Mawar untuk Marwan'.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel pesan iklan, ilustrasi cerita, musik atau *jingle* iklan, dan bintang iklan terhadap proses pembelian baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dengan teknik *convenience sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis jalur (*path analysis*).

Dari hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dari variabel iklan pada media televisi terhadap proses pembelian. Iklan XL pada media televisi yang mempunyai sub variabel yakni pesan iklan, ilustrasi cerita, musik atau *jingle* iklan, dan bintang iklan, berpengaruh secara simultan sebesar 60,5% terhadap proses pembelian. Sedangkan keempat variabel pada iklan media televisi yakni pesan iklan, ilustrasi cerita, musik atau *jingle* iklan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses pembelian. Pesan iklan berpengaruh sebesar 18,2%, ilustrasi cerita berpengaruh sebesar 13,3%, musik atau *jingle* iklan berpengaruh sebesar 9,8%, dan bintang iklan berpengaruh sebesar 19,2% terhadap proses pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh baik secara simultan maupun parsial dari variabel pesan iklan, ilustrasi cerita, musik atau *jingle* iklan, dan bintang iklan terhadap proses pembelian. Namun jika dilihat dari tanggapan responden, kesukaan akan bintang iklan dan evaluasi produk XL dengan produk operator lainnya masih lebih rendah dari variabel lainnya, maka sebaiknya pemilihan bintang iklan serta kualitas produk XL lebih diperhatikan lagi.

Kata Kunci : Iklan Pada Media Televisi, Proses Pembelian