



## ABSTRAK

INTAN MERDEKA WATI. NPM. 088320037. "PENGARUH PERIKLANAN MELALUI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA PADA SISWA SMA NEGERI 1 LANGSA, LANGSA KOTA". SKRIPSI 2012.

Periklanan adalah elemen penting dari promosi yang mempunyai kekuatan besar dalam mempengaruhi pangsa pasar (*market share*). Salah satu media periklanan yang efektif dalam meraih pasar adalah televisi. Iklan yang ditayangkan televisi menjadi media komunikasi yang efektif, mempengaruhi khalayak umum untuk mempersepsikan peran sosial dalam aktivitas hidup sehari-hari.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh periklanan melalui televisi terhadap keputusan pembelian handphone merek Nokia pada siswa SMA negeri I Langsa. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik kuota sampling (*quota sampling*), Dalam hal ini penulis mengambil sampel 10% dari jumlah populasi sebanyak 600 orang. Sehingga diperoleh jumlah responden sebanyak 60 orang. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa pengamatan/*observasi* dan menyebarkan angket pada pada responden yang dijadikan sampel penelitian serta data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik analisis yang dipergunakan adalah analisa regresi linier sederhana dengan memakai program *software SPSS 15.00 for windows* .

Kata kunci: *iklan, keputusan pembelian*

## ABSTRACT

INTAN MERDEKAWATI. NPM. 088 320 037. "EFFECT OF ADVERTISING ON TELEVISION ON THE DECISION TO PURCHASE A NOKIA MOBILES ON A SENIOR HIGH SCHOOL STUDENT LAND OF I LANGSA, LANGSA CITY". Thesis 2012.

Advertising is an important element of a promotion have great power in influencing the *market share*. One of the media advertising effective in to the market is television. Advertising posted television be effective communication media, affecting the public to apprehends social role in an activity of daily living.

The purpose of this research is to know the influence of advertising via television of the decision purchase mobile brand nokia on a high school student langsa land I. A kind of this research is research associative. A sample of this research determined with uses the technique of sampling quota (a quota of sampling), in this writer take a sample of 10 % of the amount of population as much as 600 people. So acquired the number of respondents as much as 60 people . While the techniques of data collection using the primary data consist of observation and spread on the respondent's angket made sample research and secondary data to conduct library research to obtain data related to the research problem. Analytical techniques used are simple linear regression analysis using *SPSS software program for windows 15.00*.

**Key words:** *Advertising, decision to purchase*