

ABSTRAK

Ketatnya persaingan antar produsen makanan beku menjadikan perusahaan berlomba-lomba dalam mempromosikan produk yang mereka jual salah satunya dengan menayangkan iklan yang menarik. Adanya aktivitas promosi ini menjadikan nilai belanja iklan, baik TV, internet dan media cetak di Indonesia semakin meningkat. Adanya iklan sebagai ajang promosi perusahaan yang menjadi peluang terciptanya banyak permintaan dari pasar. Maka dari itu, pada penelitian ini akan meneliti pengaruh iklan Nugget Kanzler versi Nicholas Saputra terhadap proses keputusan pembelian di Yogyakarta. Metode analisis yang digunakan ialah metode kuantitatif deskriptif dengan menggunakan Regresi Linier Sederhana yang diolah program SPSS. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang berdomisili di Yogyakarta dan sudah pernah menonton iklan Nugget Kanzler versi Nicholas Saputra. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan skala *Linkert*. Hasil menunjukkan bahwa variabel iklan Nugget Kanzler versi Nicholas Saputra memengaruhi proses keputusan pembelian produk di Yogyakarta secara positif dan signifikan. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,164 (16,4%), sedangkan sisanya sebesar 83,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata kunci: Iklan, Proses Keputusan Pembelian, Nugget Kanzler, Nicholas Saputra, Yogyakarta

ABSTRACT

The tight competition between frozen food producers makes companies compete to promote the products they sell, one of which is by showing interesting advertisements. The existence of this promotional activity makes the value of advertising spending, both TV, internet and print media in Indonesia increasing. Advertising as a company promotion event is an opportunity to create many demands from the market. Therefore, this study will examine the effect of Nicholas Saputra's Nugget Kanzler advertisement on the purchase decision process in Yogyakarta. The analysis method used is a descriptive quantitative method using Simple Linear Regression processed by the SPSS program. Respondents in this study numbered 100 respondents domiciled in Yogyakarta and had seen Nicholas Saputra's Nugget Kanzler advertisement. The primary data of this study were obtained from the questionnaire using the Linkert scale. The results show that Nicholas Saputra's Nugget Kanzler advertising variable affects the product purchase decision process in Yogyakarta positively and significantly. Based on the results of the data analysis, a coefficient of determination or R Square value of 0.164 (16.4%), while the remaining 83.6% was influenced by other factors.

Keywords: Advertising, Buying Decision Process, Nugget Kanzler, Nicholas Saputra, Yogyakarta