

ABSTRAKSI

FAKTOR DETERMINAN YANG MEMENGARUHI PEMASANGAN IKLAN DI TABLOID INFOTEMBALANG

SEPTIAN LUTHFI H. U.

Mempertahankan dan mengembangkan sebuah usaha menjadi keinginan dari setiap pengusaha. Untuk meraih target pasar mereka, promosi seperti pemasangan iklan menjadi sangat perlu untuk dilakukan. Banyak media yang menjadi pilihan untuk beriklan, mulai dari media lokal sampai regional. Untuk melakukan keputusan pembelian ruang iklan pada media tertentu terdapat faktor yang memengaruhi seperti ekuitas merek dan bauran pemasaran. Melihat hal tersebut peneliti tertarik untuk mengukur bagaimana “Faktor Determinan yang Memengaruhi Pemasangan Iklan di Tabloid Infotembalang”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor determinan yang memengaruhi keputusan pembelian pada ruang iklan di Tabloid Infotembalang. Teori yang dipakai dalam penelitian ini yaitu, teori *long tail* dimana teori ini memusatkan bagaimana membuat dan menyediakan produk yang kurang laku (*low in demand*) yang sesuai secara konsisten akan dapat meningkatkan keuntungan yang besar. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian studi korelasional. Data yang dikumpulkan dari kuesioner dan kepustakaan. Sampel yang diambil adalah 10% dari masing-masing pemasang iklan yang melakukan pembelian ruang iklan di Tabloid Infotembalang hanya sekali dan yang lebih dari sekali yaitu 14 responden.

Hasil penelitian berdasarkan analisis korelasi didapatkan untuk ekuitas merek 0,750 berada pada tingkat tinggi dan bauran pemasaran 0,473 yang berada pada tingkat sedang. Sedangkan pada uji hipotesis didapat bahwa, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada hubungan signifikan antara keputusan pembelian dengan faktor determinan.

Kata kunci: *keputusan pembelian, ekuitas merek, bauran pemasaran.*

ABSTRACT

DETERMINANTS FACTORS THAT INFLUENCE ADVERTISING IN TABLOID INFOTEMBALANG

SEPTIAN LUTHFI H. U.

To develop and to maintain a business has become the desire of every entrepreneur. To reach their target market, promotion strategies such as making advertisement is crucial. There a lot of media that can be use to promote our business, ranging from local to regional media. In order to make a purchase on an advertising space in certain media, there are several factors that influence the buyer, for instance brand equity and marketing mix. This kind of behavior has triggered researcher to learn more about "Determinant Factors that Influence Advertising on Tabloid Infotembalang".

This study aims to determine the determinant factors that influence purchasing decisions on ad space in Tabloid Infotembalang. Researcher decided to apply the long tail theory since it is concentrates on how to create and provide products that are low in demand to be something valuable and bring in great advantage. This study used a correlational study research type. Data were collected from questionnaires and literature. Samples taken is 10% of the respective advertisers who purchase ad space in tabloid Infotembalang only once and respective advertisers who purchase more than once that are 14 respondents.

The results based on correlation analysis obtained for 0.750 brand equity is at a high level and the marketing mix 0.473 which was at a moderate level. While the hypothesis testing the researcher found out that, H₀ is rejected and H_a is accepted which means that there is a significant correlation between the purchase decision with the determining factors.

Keywords: *purchasing decisions, brand equity, marketing mix.*