

**PENGARUH PESAN IKLAN TELKOMSEL DI TELEVISI SWASTA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN LOYALITAS MEREK
PADA KONSUMEN KARTU GSM SIMPATI
DI KOTA JEMBER**

**Imam Suroso
Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

Abstract :

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh isi iklan, struktur iklan, format iklan dan sumber iklan terhadap keputusan pembelian dan loyalitas merek pada konsumen kartu GSM SimPATI di kota Jember. Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari respon atas kuisioner yang diisi oleh responden yang menggunakan kartu GSM SimPATI di kota Jember dan pernah melihat iklan kartu GSM SimPATI di televisi swasta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 150 orang. Alat analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan pendekatan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan uji jalur (*path analysis*) bahwa Isi iklan berpengaruh langsung positif, dan signifikan terhadap keputusan pembelian, struktur iklan berpengaruh langsung positif, dan signifikan terhadap keputusan pembelian, format iklan berpengaruh langsung positif, dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sumber iklan tidak berpengaruh langsung positif, dan signifikan terhadap keputusan pembelian, isi iklan tidak berpengaruh langsung positif, dan signifikan terhadap loyalitas merek, struktur iklan berpengaruh langsung positif, dan signifikan terhadap loyalitas merek, format iklan tidak berpengaruh langsung positif, dan signifikan terhadap loyalitas merek, sumber iklan berpengaruh langsung positif, dan signifikan terhadap loyalitas merek, dan keputusan pembelian berpengaruh langsung positif, dan signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata kunci : isi iklan, struktur iklan, format iklan , sumber iklan, keputusan pembelian dan loyalitas merek