

ABSTRAK

Wahyu Setiawan, 2023. Pengaruh pandangan iklan, kredibilitas iklan, daya tarik iklan, kekuatan iklan terhadap minat beli konsumen di CV. Ramayana Kota Metro. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) H. Suwanto, S.E., M.M. (II) Ratmono, S.E., M.M.

Persaingan bisnis jenis pupuk yang ada di CV. Ramayanan Kota Metro semakin ketat dan setiap tahunnya penjualan yang dialami mengalami fluktuatif dan bahkan tidak ada penjualan dalam kurun waktu bulan terkahir, sehingga tujuan dari riset ini ialah untuk menguji pengaruh pandangan iklan, kredibilitas iklan, daya tarik iklan, kekuatan iklan terhadap minat beli konsumen di CV. Ramayana Kota Metro baik secara parsial maupun secara simultan.

Metode riset yang digunakan dalam riset ini ialah kuantitatif dengan memakai angket kuesioner yang dibagikan kepada konsumen yang sering melakukan transaksi pembelian pupuk di CV. Ramayanan sebanyak sampel 45 pelanggan. Alat analisis yang digunakan ialah uji validitas, reliabilitas, normalitas, linieiritas, homogenitas, dan pengambilan keputusan memakai uji regresi berganda dengan kesimpulan uji parsial t, uji simultan f, serta koefisien determinasi.

Hasil analisis membuktikan bahwa Pandangan iklan, kredibilitas iklan, daya tarik iklan, kekuatan iklan terhadap minat beli konsumen di CV. Ramayanan Kota Metro. Artinya keempat variabel bebas tersebut mempunyai peran penting dalam memberikan keputusan kepada konsumen untuk minat beli produk pupuk di CV. Ramayana Kota Metro dengan adanya kontribusi tersebut agar dapat meningkatkan laba pada penjualannya.

Saran yang dapat disampaikan mencakup pandangan iklan tetap exis, maka langkah yang harus dilakukan adalah dengan menambahkan ide dan varian packing agar mata konsumen dalam melihat produk tersebut terlihat berbeda, kredibilitas iklan dapat konsisten, maka dalam mempromosikan iklan tetap konsisten dengan produk yang dijualnya, Perspektif daya tarik iklan dapt meningkat, dalam memilih aktor iklan lebih condong sedikit cerdas dalam menyampaikan konteks produk apa yang dijualnya, kekuatan iklan agar dapat meningkat, maka yang harus dilakukan adalah melihat pangsar pasar disekitar dan memberikan inovasi baru yang lebih menarik.

Kata Kunci: pandangan iklan, kredibilitas iklan, daya tarik iklan, kekuatan iklan terhadap minat beli konsumen.