

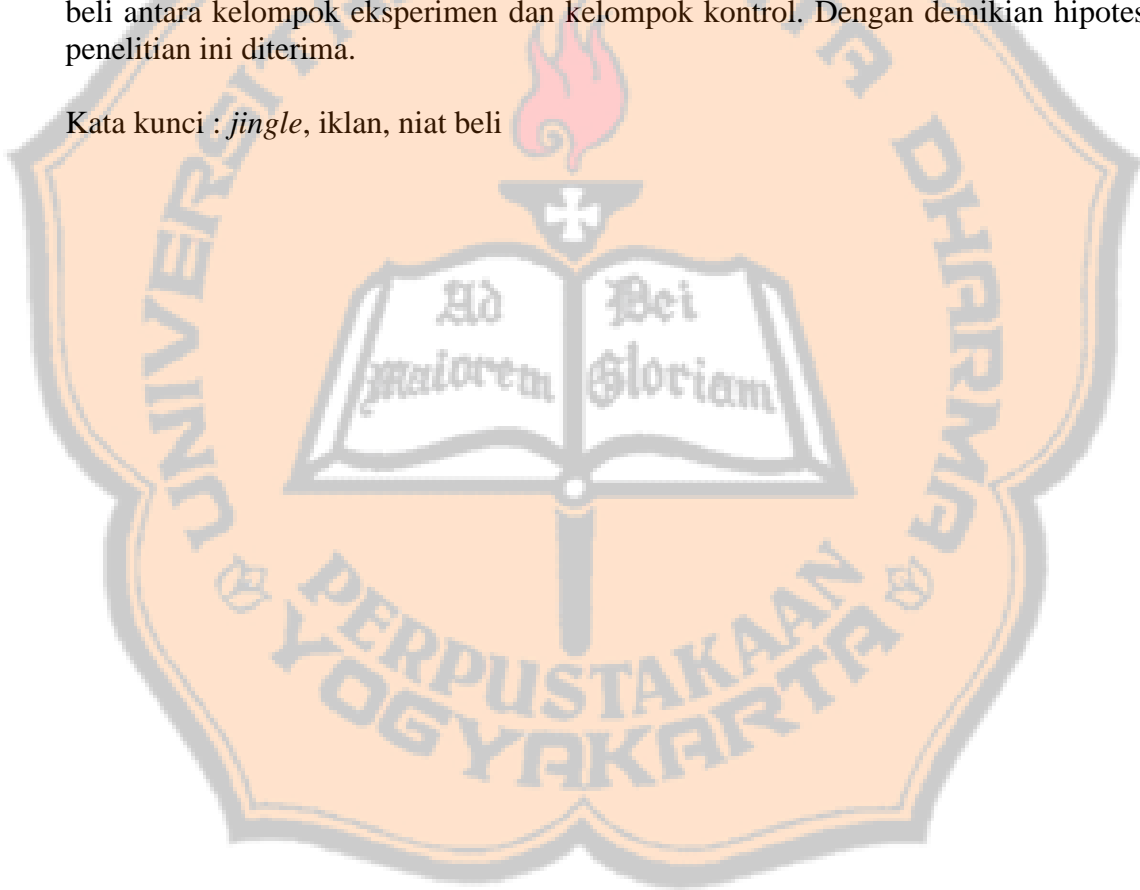
## PENGARUH IKLAN YANG MENGGUNAKAN *JINGLE* TERHADAP NIAT BELI

*Nichola Ester Piranti*

### ABSTRAK

Penelitian eksperimen ini bertujuan untuk menguji pengaruh iklan yang menggunakan *jingle* terhadap niat beli seseorang. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari iklan yang menggunakan *jingle* terhadap niat beli. Subjek penelitian ini berjumlah 30 orang yang terdiri dari 15 mahasiswa laki-laki dan 15 mahasiswa perempuan. Eksperimen ini menggunakan desain *pre-test-post-test control group* dan desain *between subject*. Perlakuan yang diberikan dalam eksperimen ini adalah penayangan iklan yang menggunakan *jingle*. Analisis data yang menggunakan *Mann Whitney U test* menunjukkan perbedaan tingkat niat beli antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

Kata kunci : *jingle*, iklan, niat beli



## THE INFLUENCE OF JINGLE-CONTAINED ADVERTISEMENT TO PURCHASE INTENTION

*Nichola Ester Piranti*

### ABSTRACT

*The experimental study aimed to test the influence of jingle-contained advertisement through purchase intention. The hypothesis proposed in this study stated that jingle-contained advertisement influences purchase intention. There were 30 participants in this study, consisted of 15 female students and 15 male students. The true experiment used pre-test-post-test control group design and between subject design. Participants in experimental group were shown advertisements with jingle in it. The data analysis used Mann Whitney U test and indicated purchase intention difference between experimental and control group. Therefore, the showing of jingle-contained advertisement influenced purchase intention and the hypothesis is accepted.*

*Key word : jingle, advertisement, purchase intention*

