ABSTRAK

Moch. Dwi Riduwan, B76208082, 2012. Pengaruh Persepsi Penonton Terhadap Iklan Djarum 76 "Wani Piro" Terhadap Loyalitas Perokok Djarum 76 Di Ketintang Barat. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Persepsi penonton, Loyalitas Perokok.

Keberadaan televisi sebagai media elektoronik, terutama iklan di televisi. Memberikan dampak pada pemirsa yang telah melihat iklan. Ada dua persoalan yang hendak dikaji dalam penelitian ini, yaitu : (1) Adakah pengaruh persepsi penonton terhadap iklan Djarum 76 "Wani Piro" terhadap loyalitas perokok djarum 76 di Ketintang Barat, (2) Sejauh mana pengaruh persepsi penonton terhadap iklan Djarum 76 "Wani Piro" terhadap loyalitas perokok djarum 76 di Ketintang Barat.

Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif yaitu mengukur suatu data dengan bentuk angka, dengan jenis penelitian korelasi. Kemudian di analisis dengan menggunakan rumus Regresi Linier Sederhana.

Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah warga di ketintang barat berjumlah 100 responden. Dan instrumen penelitian ini adalah angket / kuesioner dengan model Skala Likert. Untuk analisis data menggunakan program SPSS *For Windows* 15.0.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa pengaruh iklan djarum 76 "wani piro" terhadapa loyalitas perokok djarum 76 di ketintang barat. (1) Ada pengaruh persepsi penonton terhadap iklan djarum 76 "wani piro", dari hasil tabel *coefficients* diperoleh yang diperoleh t hitung 7.449 > t tabel 1,984, maka H0 ditolak, yang berarti Ha diterima. (2) Tingkat persepsi penonton adalah 0,601 X 0,601 = 0,362 (36,2%). Angka tersebut merupakan hasil pengkuadratan dari harga koefisien korelasi 0,601. Yang berarti tingkat pengaruh iklan bersifat kuat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id