PENGARUH PROGRAM ACARA OLAHRAGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENONTON SIARAN TELEVISI DI PROVINSI LAMPUNG

(PROGRAM ACARA DJARUM INDONESIA SUPER LEAGUE DI ANTV)

Fajri Ardhita¹

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh program acara olahraga terhadap keputusan konsumen menonton siaran televisi, program acara yang dijadikan objek penelitian dalam penelitian ini adalah siaran televisi Djarum Indonesia *Super League* yang disiarkan oleh ANTV. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah atribut program acara yang meliputi *relative advantage, compability, complexity, dan observability* dapat mempengaruhi keputusan konsumen menonton sebuah siaran televisi secara simultan dan parsial, serta untuk mengetahui atribut variable program acara yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *causal effect* dengan teknik analisa data menggunakan analisa *deskriptif kuantitatif* dan analisa stastistik. Sedangkan metode pengumpulan datanya menggunakan metode *survey* dengan metode penyebaran *random sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia yang pernah menonton siaran Djarum Indonesia *Super league* yang diwakili oleh populasi sampel dalam kuesioner ini, dimana pengambilan sampel dilakukan dengan metode kuesioner di Provinsi Lampung sebanyak 100 responden. Alat uji yang digunakan untuk menguji instrumen dalam penelitian ini adalah uji reliabilitas dan validitas, serta pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan *Software* SPSS for Windows Versi 20.0. Hasil uji F terhadap ke-empat variable penelitian yaitu *relative advantage*, *compability*, *complexity*, dan *observability* pada program acara, menunjukkan bahwa ke-empat variabel tersebut secara bersama – sama (simultan) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menonton siaran televisi. Sedangkan hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *relative advantage, compability, complexity* dan *observability* secara parsial juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menonton siaran televisi.

Kata kunci : Program acara, *relative dvantage, compability, complexity, observability*, keputusan menonton.

PENGARUH PROGRAM ACARA OLAHRAGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENONTON SIARAN TELEVISI DI PROVINSI LAMPUNG

(PROGRAM ACARA DJARUM INDONESIA SUPER LEAGUE DI ANTV)

Fajri Ardhita¹

ABSTRACT

This study discusses the influence of sports programs to the consumer's decision to watch broadcast television, television programs that were subjected to experiments in this study were television program Djarum Indonesia Super League which was broadcast by a ANTV. The purpose of this study was to determine whether the attributes of programs that include relative advantage, compability, complexity, and observability can influence consumer decisions to watch a television broadcast simultaneously and partial, as well as to determine variable attributes of programs that have the most dominant influence on purchase decisions. This type of research study is a causal effect with the techniques of data analysis using quantitative descriptive analysis and statistical analysis. While the methods of data collection using survey methods with random sampling method of deployment. The population in this study is the whole people of Indonesia who ever watched the broadcast Djarum Indonesia Super League, represented by the sample population in this questionnaire, in which sampling was conducted by questionnaire in Lampung Province by 100 respondents. Test equipment used to test the instrument in this study is to test the reliability and validity, and hypothesis testing using multiple linear regression analysis using SPSS software version 20.0 for Windows. F test results for the fourth variable, namely the study relative advantage, compability, complexity, and observability in the television program, showed that all four variables together (simultaneously) has significant and positive influence on consumer decisions television. While the t test results in this study indicate that the variable relative advantage, compability, complexity and observability is also positive and significant influence on consumer decision watching television programs..

Keywords: Television programs, relative advantage, compability, complexity, observability, and purchase decision.