

PENGARUH PESAN IKLAN DI MEDIA CETAK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI TOYOTA YARIS DI JAKARTA

Muhammad Alwi¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pesan iklan di media cetak dan *brand image* terhadap minat beli mobil Toyota Yaris di Jakarta. Variabel dalam penelitian ini adalah pesan iklan di media cetak, *brand image* dan minat beli dimana setiap variabel independen itu memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Jenis penelitian ini adalah pengujian hipotesis dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk melihat seberapa besar data yang valid dan reliabel untuk melakukan penelitian ini. Selain itu, dilakukan juga uji regresi linear berganda menggunakan alat ukur berupa kuesioner dengan jumlah sampel yaitu 140 responden. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pesan iklan di media cetak dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar 37,2% terhadap minat beli mobil Toyota Yaris di Jakarta.

Kata kunci : Pesan iklan di media cetak, *brand image*, minat beli.

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

***THE EFFECT OF ADVERTISING MESSAGES IN PRINT MEDIA AND
BRAND IMAGE TO THE PURCHASE INTENTION OF TOYOTA YARIS IN
JAKARTA***

Muhammad Alwi¹

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the effect of advertising messages in print media and brand image to the purchase intention of Toyota Yaris in Jakarta. The variable in this research is advertising in print media, brand image, and purchase intention which each independent variable has an influence on the dependent variable. The methods of research is using validity and reliable testing to see how much of data is valid and reliable to perform on this research. In addition, the test was also performed with multiple linear regression to measuring instruments used a questionnaire with totally 140 respondent. This research resulted that advertising messages in print media and brand image positively affect of the purchase intention for 37,2%.

Keywords : Advertising messages in print media, brand image, purchase intention.

¹ Student of Universitas Bakrie, Management Major