

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *ADVERTISING*
SKRIPSI, FEBRUARI 2022**

**Qothrun Nada
220200110460008**

**PENGARUH IKLAN TELEVISI PRODUK INDOMIE GORENG VERSI
GORENG SEMANGATMU TERHADAP *BRAND LOYALTY*
(xiii+72 Halaman+32 Tabel+8 Gambar)**

ABSTRAK

Indomie diproduksi oleh PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Produk paling sukses dari perusahaan milik Sudono Salim ini mulai diluncurkan ke pasar sejak tanggal 9 September 1972. Pangsa pasarnya sangatlah besar, mengingat makanan ini tidak mengenal usia dan jenis kelamin, alias digemari semua kalangan. terlihat merek Indomie terutama dengan varian mie gorengnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Iklan Televisi Indomie Goreng versi Goreng Semangatmu, *Brand Loyalty* Indomie Goreng versi Goreng Semangatmu, dan Pengaruh Iklan Televisi Indomie Goreng Versi Goreng Semangatmu terhadap *Brand Loyalty* pada warga Menteng Dalam Tebet RW 010 Jakarta Selatan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Iklan Televisi dengan empat elemen, antara lain: *Color, Music, Picture, Seen Words* dan teori *Brand Loyalty* dengan empat elemen, antara lain: *Cognitive Loyalty, Affective Loyalty, Conative Loyalty, Behavioral Loyalty*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei bersifat eksplanatif. Informasi dan data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner kepada 83 responden yang merupakan warga Menteng Dalam Tebet RW.010 Jakarta selatan. Metode pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin* dengan taraf kepercayaan sampel terhadap populasi sebesar 90% dan taraf kesalahan sebesar 10. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis dengan alat pengolahan data *SPSS* versi 26.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh Iklan Televisi Indomie Goreng versi Goreng Semangatmu secara keseluruhan responden menjawab baik (setuju), serta pengaruh Iklan Televisi terhadap *Brand Loyalty* secara keseluruhan responden merespon baik (setuju) dari semua pernyataan variabel Y di kuesioner penelitian, dan besarnya pengaruh Iklan Televisi Indomie Goreng versi Goreng Semangatmu memiliki hubungan positif dan kuat sebesar 0,629 terhadap *Brand Loyalty* warga Menteng Dalam Tebet RW. 010 Jakarta Selatan dengan presentase Iklan Televisi terhadap *Brand Loyalty* sebesar 39,6% dan sementara sisanya 60,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : *Advertising, Iklan Televisi, Brand Loyalty*
Referensi : 15 Buku, 3 Jurnal dan 3 Website
Dosen Pembimbing : Dr. Aminah Swarnawarti, M.Si