

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "Pengaruh Periklanan Media Televisi dan Media Cetak Terhadap Tingkat Citra Merek Flexi". Dalam era globalisasi ini pertumbuhan dan perkembangan teknologi semakin canggih, sejalan dengan perkembangan dunia usaha di Indonesia yang semakin meningkat. Hal ini terlihat dari persaingan bisnis yang sangat ketat, sehingga menuntut perusahaan-perusahaan lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran. Sebuah perusahaan yang telah menghasilkan produk bukan berarti tujuan perusahaan telah tercapai karena jika suatu produk tidak diperkenalkan kepada masyarakat luas maka produk tersebut tidak memiliki arti. PT Telekomunikasi Indonesia Tbk dengan penyelenggaraan jasa telekomunikasi dalam negeri mempunyai dua peranan penting sebagai agen pembangunan dan sebagai perusahaan yang berorientasi pada laba. Yang menjadi permasalahan dalam skripsi ini yaitu seberapa besar pengaruh iklan media televisi terhadap tingkat citra merek Flexi. Seberapa besar pengaruh media cetak terhadap citra merek Flexi dan yang terakhir seberapa besar pengaruh media televisi dan media cetak terhadap citra merek Flexi ?

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu metode deskriptif digunakan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara aktual dan cermat. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, wawancara, observasi dan studi kepustakaan.

Dari hasil analisis data dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 21 diperoleh kesimpulan yaitu iklan media televisi memberikan pengaruh sebesar 67,40 % sedangkan sisanya 32,6% ditentukan oleh variabel lain. Kemudian media cetak memberikan pengaruh sebesar 82,44% sedangkan sisanya 17,56% ditentukan oleh variabel lain. Dan yang terakhir pengaruh media iklan televisi dan media cetak memberikan pengaruh sebesar 86,11% sedangkan sisanya 13,89% ditentukan oleh variabel lain.

Kata kunci : Periklanan Media Televisi, Media Cetak dan Citra Merek.