

**PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI SABUN LIFEBOUY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Masyarakat Kelurahan Ketawanggede Kecamatan
Lowokwaru Malang)**

SKRIPSI



Oleh

**SITI IZZATUL QOMARIAH
NIM : 08510053**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2012**

**PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI SABUN LIFEBOUY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Masyarakat Kelurahan Ketawanggede Kecamatan
Lowokwaru Malang)**

SKRIPSI

Diajukan kepada:
Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

SITI IZZATUL QOMARIAH

NIM : 08510053

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2012**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI SABUN LIFEBUOY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Masyarakat Kelurahan Ketawanggede Kecamatan
Lowokwaru Malang)**

SKRIPSI

Oleh

SITI IZZATUL QOMARIAH

NIM : 08510053

Telah Disetujui 19 Maret 2012
Dosen Pembimbing,

Irmayanti Hasan, ST., MM

NIP 19620115 199803 1 001

Mengetahui :
Ketua Jurusan,

Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.SI

NIP 19720212 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI SABUN LIFEBOUY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Masyarakat Kelurahan Ketawanggede Kecamatan
Lowokwaru Malang)**

SKRIPSI

Oleh

SITI IZZATUL QOMARIAH

NIM : 08510053

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 9 April 2012

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua

Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag
NIP 19620115 199803 1 001

: ()

2. Sekretaris/Pembimbing

Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP 199770506 200312 2 001

: ()

3. Penguji Utama

Prof. Dr. H. Muhammad. Djakfar, SH., M.Ag
NIP 19490929 198103 1 004

: ()

Disahkan Oleh:

Ketua Jurusan

Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.SI

NIP 19720212 200312 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Siti Izzatul Qomariah

NIM : 08510053

Alamat: JL.Untung Suropati no.01 Kebonagung Pasuruan

menyatakan bahwa **“skripsi”** yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI SABUN LIFEBOUY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Ketawanggede, Kecamatan Lowokwaru, Malang)” adalah hasil karya saya sendiri dan bukan **“duplikasi”** dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada **“klaim”** dari pihak lain, bukan menjadi tanggungjawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 20 Maret 2012

Hormat saya,

Siti Izzatul Qomariah

NIM. 08510053

PERSEMBAHAN

Teriring sujudku dalam untaian kata, ku persembahkan mutiara karyaku ini sebagai amal baktiku dengan bangga kupersembahkan kepada:

Ibunda tercinta Hj.Siti Mahmudah yang telah melahirkan,
merawat serta mendidikku dengan penuh cinta dan kasih sayang.
Ayahanda tersayang Drs.H.Zaenal Arifin (Alm), ayah yang selalu memberikan limpahan kasih sayang kepada anak-anaknya, segala pengorbanan ayah demi anak-anaknya takkan tergantikan
Dan kakak-kakakku Ahmad Zainur Roviq (Alm), Ahmad Yusuf Farid, adikku Muhammad Firdaus Tajul Aviv
Serta seluruh keluarga besarku

Terimakasih atas inspirasi, semangat hidup, motivasi baik moral maupun material yang tiada terhingga diberikan padaku

Semoga kita terus menjadi keluarga yang rukun, bahagia, sejahtera di dunia maupun di akhirat serta senantiasa selalu dalam lindungan Allah SWT.

Amiiiiin.

MOTTO

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ

فَتُصِيحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.

(Qs. Al-Hujarat 6)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur kehadirat ALLAH SWT atas segala samudra kasih sayang dan petunjukNya yang tiada bertepi kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan, hingga tersusun sebuah skripsi dengan judul Pengaruh Pesan Iklan Televisi Sabun Lifebuoy Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Ketawanggede, Kecamatan Lowokwaru, Malang). Shalawat salam tetap terhatur kepada sang baginda Rasul Muhammad SAW, laksana seberkas cahaya terang dalam lautan kegelapan. Hanya beliau yang bisa memberi kita syafaat kelak di hari akhir.

Skripsi ini tersusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Atas terselesaikannya skripsi ini, penulis mengucapkan samudra terima kasih yang tak bertepi kepada:

1. Kedua orangtuaku, Bapak Drs. H. Zaenal Arifin (Alm) dan Ibu Hj. Siti Mahmudah yang selalu memberi dukungan penuh dalam setiap langkahku. Semoga Rahmat Allah selalu mengiringi mereka. Amiiin
2. Prof. Dr. H. Imam Suprayogo selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. HA. Muhtadi Ridwan, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE. M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
5. Irmayanti Hasan ST., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas semua pengarahan dan kesabaran beliau dalam membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. H. Misbahul Munir, Lc, M.Ei, terimakasih atas bantuan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Semua dosen, staf Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu dalam kelancaran studi peneliti selama menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
8. Bapak Pria Novada, SE selaku Lurah Ketawanggede Malang yang telah bersedia memberi kesempatan melakukan penelitian.
9. Kakakku Ahmad Zainur Roviq (Alm) yang selalu menolongku dalam keadaan apapun, kakakku Ahmad Yusuf Farid terimakasih atas motivasinya dan saran – sarannya selama ini, adikku Muhammad Firdaus Tajul Aviv terimakasih telah membuat kakak tersenyum setiap hari.
10. Sahabat sahabatku SMA: Risca, Nisa, Restu. Terimakasih atas persahabatannya yang terus terjalin.
11. Sahabat - sahabatku “Asolole” : Micu (si Laila, teman kos yang narsies abiez), Jeng (si Aida, yang selalu bikin heboh), budhe (si Amel, yang selalu punya ide-ide gokil) dan ndul (si Ismy, yang menggelora dan membahana). Aku tidak akan pernah melupakan saat-saat kita bersama. Thanks guys.
12. Zom-B Generation dan teman – temanku Nindy, Yogi, Viken, Fiezi, Catur, Mei serta seluruh teman – teman Fakultas Ekonomi angkatan 2008, Kakak – kakakku 2007: Mbak Bela, Mbak Fitri, Mbak Naumi, Mas Fuad, Mas Andika
13. Mas Ipung
14. Teman teman ma’had Faza9: Mbak Ilma, Mbak Elly, Mbak Ida, Mbak Novi, Mbak Fia, Mbak Khol dan Mbak Mila.
15. Teman teman ma’had Khadijah38: Mbak Fia, Mbak Nila, Mbak Leny, Mbak Nikmah, Lutfi, Mbak Riana, Mbak Nikmah, dan Mbak Siha.
16. Orang – orang yang pernah hadir dalam kehidupanku.
17. Dan semua pihak yang telah membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu disini namun telah berperan dalam penyelesaian skripsi ini.

Malang, 20 Maret 2012

Peneliti

Siti Izzatul Qomariah

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| SURAT PERNYATAAN | iv |
| PERSEMBAHAN | v |
| MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| ABSTRAK 3 BAHASA | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3. Tujuan Masalah | 7 |
| 1.4. Batasan Penelitian | 8 |
| 1.5. Kegunaan Penelitian | 8 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1. Penelitian Terdahulu..... | 10 |
| 2.2. Kajian Teoritis..... | 19 |
| 2.2.1. Pengertian Iklan..... | 19 |
| 2.2.2. Tujuan Iklan | 20 |
| 2.2.3. Jenis Iklan | 22 |
| 2.2.4. Media Iklan | 23 |
| 2.2.5. Cara Menyusun Penyampaian Iklan..... | 25 |
| 2.2.6. Iklan Televisi..... | 30 |
| 2.2.7. Perilaku Konsumen | 34 |
| 2.2.8. Keputusan Pembelian | 38 |
| 2.2.9. Hubungan antara Iklan dengan Keputusan Pembelian..... | 41 |

| | |
|--|--------------|
| 2.2.10. Kajian Periklanan dalam Perspektif Islam | 43 |
| 2.3. Kerangka Berfikir | 53 |
| 2.4. Hipotesis | 53 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 55 |
| 3.1. Lokasi Penelitian | 55 |
| 3.2. Jenis dan Pendekatan Penelitian..... | 55 |
| 3.3. Populasi dan Sampel..... | 56 |
| 3.4. Teknik Pengambilan Sampel | 57 |
| 3.5. Sumber dan Metode Pengumpulan Data | 57 |
| 3.6. Teknik Pengumpulan Data..... | 58 |
| 3.7. Variabel dan Skala Pengukuran | 60 |
| 3.8. Definisi Operasional Variabel..... | 61 |
| 3.9. Uji Instrumen Penelitian | 65 |
| 3.10. Uji Asumsi Klasik | 67 |
| 3.11. Teknik Analisis Data | 69 |
| 3.12. Pengujian Hipotesis | 70 |
| | |
| BAB IV PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA | 74 |
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian | 74 |
| 4.1.1. Profil PT. Unilever | 74 |
| 4.1.2. Profil Kelurahan Ketawanggede | 80 |
| 4.2. Hasil Analisis Data | 81 |
| 4.2.1. Gambaran Umum Responden..... | 81 |
| 4.2.2. Analisis Data | 85 |
| | |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 115 |
| 5.1. Kesimpulan | 115 |
| 5.2. Saran | 116 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA..... | xviii |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 : Rekapitulasi Penelitian Terdahulu | 14 |
| Tabel 2.2 : Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang yang Relevan | 18 |
| Tabel 2.3 : Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang yang Relevan | 18 |
| Tabel 2.4 : Model Perilaku Konsumen | 37 |
| Tabel 3.1 : Bobot Nilai Setiap Pertanyaan | 61 |
| Tabel 3.2 : Variabel, Indikator dan Item | 63 |
| Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 82 |
| Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 83 |
| Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 83 |
| Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan | 84 |
| Tabel 4.5 : Ringkasan Distribusi Frekuensi Variabel Bebas Isi Pesan (X1) | 85 |
| Tabel 4.6 : Ringkasan Distribusi Frekuensi Variabel Bebas Format Pesan (X2) | 87 |
| Tabel 4.7 : Ringkasan Distribusi Frekuensi Variabel Bebas Sumber Pesan (X3) | 88 |
| Tabel 4.8 : Ringkasan Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) | 89 |
| Tabel 4.9 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Isi Pesan (X1) | 90 |
| Tabel 4.10 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Format Pesan (X2) | 91 |
| Tabel 4.11 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sumber Pesan (X3)..... | 92 |
| Tabel 4.12 : Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) | 92 |
| Tabel 4.13 : Uji Normalitas | 93 |
| Tabel 4.14 : Uji Multikolinearitas | 94 |
| Tabel 4.15 : Uji Autokorelasi | 95 |
| Tabel 4.16 : Uji Heterokedastisitas | 96 |

| | |
|--|-----|
| Tabel 4.17 : Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda | 98 |
| Tabel 4.18 : Ringkasan Hasil Uji Simultan (Uji F) | 101 |
| Tabel 4.19 : Ringkasan Hasil Uji Parsial (Uji t) | 102 |
| Tabel 4.20 : Ringkasan Hasil Uji Variabel Dominan | 104 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 : Hubungan antara Iklan dengan Keputusan Pembelian | 42 |
| Gambar 2.2 : Kerangka Berfikir | 53 |
| Gambar 4.1 : Scatterplot | 97 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|-------------|---|-----|
| Lampiran 1 | : Bukti Konsultasi | 118 |
| Lampiran 2 | : Surat Keterangan Penelitian | 119 |
| Lampiran 3 | : Kuesioner Penelitian | 110 |
| Lampiran 4 | : Skoring Jawaban Responden | 114 |
| Lampiran 5 | : Pedoman Wawancara Penelitian | 118 |
| Lampiran 6 | : Deskripsi Responden | 119 |
| Lampiran 7 | : Frekuensi Jawaban Responden | 120 |
| Lampiran 8 | : Uji Asumsi Klasik | 130 |
| Lampiran 9 | : Teknik Analisis Data | 133 |
| Lampiran 10 | : Laporan Perubahan Jumlah Penduduk Kelurahan Ketawanggede | 134 |
| Lampiran 11 | : Gambar Produk dan Iklan Sabun Lifebuoy | 137 |
| Lampiran 12 | : Biodata Peneliti | 138 |

ABSTRAK

Siti Izzatul Qomariah. 2012. Skripsi. Judul: “Pengaruh Pesan Iklan Televisi Sabun Lifebuoy Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Kelurahan Ketawanggede Kecamatan Lowokwaru Malang”
Pembimbing: Irmayanti Hasan ST., MM

Kata Kunci: Iklan Televisi, Keputusan Pembelian

Periklanan merupakan salah satu komponen bauran promosi yang menjadi salah satu alternatif pilihan bagi para pemasar untuk mengkomunikasikan produknya kepada konsumen sasaran. Media periklanan yang dianggap paling tepat adalah media televisi yang sekaligus dapat memberikan kombinasi antar suara dengan gambar yang bergerak dan dapat dinikmati siapa saja. Penelitian pada iklan sabun Lifebuoy didasari oleh dominasi sabun Lifebuoy di masyarakat daripada sabun lainnya, dengan adanya iklan sabun Lifebuoy peneliti ingin mengetahui pengaruh pesan iklan televisi (isi pesan, format pesan dan sumber pesan) baik secara simultan parsial maupun dominan terhadap keputusan pembelian sabun Lifebuoy.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Untuk variabel bebasnya yakni iklan (X) yang terdiri dari variabel isi pesan (X_1), format pesan (X_2), dan sumber pesan (X_3). Sedangkan variabel terikatnya adalah variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y). Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan model penelitian *survey*. Sedangkan populasi yang digunakan adalah Masyarakat Kelurahan Ketawanggede Kecamatan Lowokwaru Malang yang pernah melihat iklan televisi dan telah menggunakan sabun Lifebuoy. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 95 responden yang dipilih secara *random sampling*. Dengan instrument yang digunakan adalah angket atau kuesioner.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Isi pesan (X_1), Format pesan (X_2), dan Sumber pesan (X_3) baik secara simultan, parsial maupun dominan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan uji F (simultan) yang menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan juga dari hasil perhitungan uji t (parsial) yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ serta uji variabel dominan yang ditunjukkan dari kuadrat korelasi sederhana variabel bebas dan terikat yang paling dominan. Variabel Sumber pesan (X_3) merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena mempunyai nilai koefisien regresi (beta) paling besar yakni 0,235225 (23,52%). Jadi dapat disimpulkan bahwa isi pesan, format pesan dan sumber pesan memiliki peran yang sama penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian Masyarakat Kelurahan Ketawanggede Kecamatan Lowokwaru Malang

ABSTRACT

Siti Izzatul Qomariah. 2012. Thesis. Title “The Effect Of Television Advertising Lifebuoy Soap Message to the Purchasing Decision At Ketawanggede Village, Malang Lowokwaru Sub District Society.
Advisor: Irmayanti Hasan ST., MM

Key Word: Television Advertising, Purchase Decision

Advertising is one of promotion hotchpotch component which become one alternative choice for markers to communicate their product target to consumer. Advertising media that are considered most appropriate is television that is able to give combination of voice with moving picture and can be enjoying by anyone. Research on lifebuoy soap advertising is based on domination of lifebuoy soap on society than other soap, which is lifebuoy soap advertising. Researcher wants to know the effect of television advertising message (message content, message format, message source) simultaneously, partially although dominantly on purchase decision of lifebuoy soap.

Variable that used on this research consist of dependent variable and independent variable. Dependent variable is advertising (X), which comprise of message content (X_1), message format (X_2), and message source (X_3) variable. Whereas independent variable is consumer purchase decision variable (Y). Research method uses survey research model. Whereas the population used is Ketawanggede village society, Malang Lowokwaru sub district who ever seen television advertising and used lifebuoy soap. The used sample uses 95 respondents that are chosen randomize sampling. The used instrument is questionnaire.

Based on the result of research got be summarized that message content (X_1), message format (X_2), message source (X_3) simultaneously, partially although dominantly had the significant effect on purchase decision (Y). These was indicated the result of computed of F test showed that $F_{ratio} > F_{table}$ and the result of computed of T test (partial) also proved that $t_{ratio} > t_{table}$ and dominant variable test point from simple correlation quadratic of more dominant dependent and independent variable. Source message variable (X_3) was more dominant to influence consumer purchase decision because regression coefficient value (beta) was biggest that was 0,235225 (23, 52%). So message content, message format and message source had the important role on affecting the society in Ketawanggede village, Malang Lowokwaru sub district.

المستخلص

القمرية, سيتي عزة. 2012. البحث الجامعي. العنوان : "تأثير إعلان التلفزيون لصابون Lifebuoy في مجتمع دائرة القرية كتاوانجكدي لوووكوارو (Ketawanggede Lowokwaru) مالانج" المشرفة : إرمايانتي حسن الماجستير

الكلمات الرئيسية: اعلان التلفزيون، قرار الشراء

الإعلان هو واحد من مكونات المزيج الترويجي البديلة للمسوقين لتسويق منتجاتها إلى المستهلكين المستهدفين. وتعتبر وسائل الإعلان وسيلة أنسب من التلفزيون الذي أيضا يمكن أن توفر مزيجا بين الصور المتحركة والصوت يمكن أن يتمتع بها أي شخص. بحث في إعلانات صابون Lifebuoy على أساس هيمنة من الصابون لايف بوي في المجتمع أكثر من أي صابون أخرى، أراد لايف بوي الصابون إعلان مع الباحثين لتحديد تأثير الرسالة الإعلانية التلفزيونية (محتوى الرسالة، شكل رسالة ومصدر الرسالة) إما في وقت واحد أو جزئيا المهيم على قرارات لشراء الصابون Lifebuoy.

تألفت المتغيرات المستخدمة في هذا البحث من المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة, حيث دلت المتغيرات المستقلة أن إعلان (X)، ويتألف من محتوى الرسالة متغير (X1)، شكل رسالة (X2)، ومصدر الرسالة (X3). بينما المتغير التابع هو متغير من قرار شراء المستهلك (ص). وكانت الطريقة المستخدمة لاستخدام نموذج مسح البحوث. في حين أن عدد السكان المستخدمة شهدت قرية الجماعة الحضرية كتاوانجكدي لوووكوارو مالانج حي من أي وقت مضى على الاعلانات التلفزيونية، واستخدم الصابون . عدد العينات المستخدمة بنسبة 95 في الاستطلاع اختيار العينة العشوائية. مع الأداة المستخدمة الإستبانة.

ويمكن أن نخلص نتائج البحث أن مضمون الرسالة (X1)، شكل رسالة (X2)، ومصدر الرسالة (X3) إما في وقت واحد، أو جزئيا في الغالب يكون لها تأثير كبير على قرارات الشراء (ص). ويظهر ذلك من الحساب في F الاختبار (في وقت واحد)، مما يدل على أن $F_{hitung} > F_{tabel}$ وأيضاً من حساب اختبار تي (جزئي) تبين أن $t_{count} > T_{Table}$ واختبار وأشار متغير المهيمنة من ارتباط بسيط المربعة من المتغيرات الحرة ومتجهة هي الأبرز. المتغير مصدر الرسالة (X3) هو المتغير الأكثر هيمنة التأثير على القرارات الشرائية للمستهلكين لأن لديهم قيمة 23.52 معاملات الانحدار (beta) أكثر من 0.235225 (%). هكذا يمكننا أن نستنتج أن محتوى الرسالة، شكل رسالة والمصدر للرسالة لديها نفس الدور في التأثير على القرارات الشرائية مجتمع دائرة القرية كتاوانجكدي لوووكوارو مالانج.