

مستخلص البحث

نور عيني ، ٢٠١٤ ، الأطروحة .عنوان " :تحليل تأثير الإعلانات التلفزيونية رسالة لقرار الشراء صنع الصابون منظف رينسوا "

المشرفة : ايرمايني حسن الماجستير

الكلمات الأساسية : الإعلانات التلفزيونية، قرارات الشراء

الإعلان من مكونات المزيج الترويجي هو خيار بديل للمسوقين على التواصل منتجاتها لاستهداف المستهلكين. ويعتبر الإعلان وسائل الاعلام وسيلة أنسب التلفزيون التي يمكن أن توفر في نفس الوقت مزيج بين الصوت مع الصور المتحركة ويمكن أن يتمتع بها أي شخص. البحث على الإعلان رينسوا المنظفات والصابون والمنظفات القائمة على رينسوا الهيمنة في المجتمع من المنظفات الأخرى، والمنظفات والصابون مع إعلان أراد الباحثون رينسوا لتحديد تأثير الرسالة الإعلانية التلفزيونية الرسالة، شكل رسالة ومصدر الرسالة إما في وقت واحد، أو المهيمن جزئيا إلى قرار رينسوا المشتريات المنظفات

المتغيرات المستخدمة في هذه الدراسة يتكون من المتغيرات المستقلة والمتغير التابع. للمتغيرات مستقلة وهي الإعلان (X) ، ويتألف من محتوى الرسالة المتغير (X1) ، تنسيق الرسالة (X2) ، ومصدر الرسالة (X3) في حين أن المتغير التابع هو المتغير المستهلك قرار الشراء (Y) الطريقة المستخدمة هي استخدام نموذج مسح البحوث. في حين أن السكان المستخدمة هي الجماعة الحضرية مرجوساري ر. و. 12 لوووك واروا مالانج، الذين رأوا الاعلانات التلفزيونية واستخدمت رينسوا المنظفات. وقد تم اختيار العينات المستخدمة من قبل المستطلعين 95 عينة عشوائية. مع كان الأداة المستخدمة استبيان أو استبيان

استنادا إلى نتائج هذه الدراسة خلصت إلى أن محتويات الرسالة (X1) ، تنسيق الرسالة (X2) ، ومصدر الرسالة (X3) إما في وقت واحد، جزئية أو الغالب يكون لها تأثير كبير على قرار الشراء (Y) ويظهر ذلك من حساب اختبار F وقت واحد مما يدل على أن جمعة العد F الطاولة وأيضا من حساب اختبار جزئي تبين أن العد > الجدول وأشارت اختبار المتغير المهيمن مربع الارتباط البسيط وكانت المتغيرات المستقلة وغير المستقلة والأبرز. مصدر الرسالة متغير (X3) هو المتغير الأبرز التأثير على القرارات الشرائية للمستهلك لأن لديهم قيمة معاملات الانحدار بيتا (أعظم 23.52) 0.235225 %. لذلك يمكن أن نخلص إلى أن مضمون مصدر الرسالة، شكل رسالة ورسالة لديها دورا لا يقل أهمية في التأثير على قرارات الشراء قرية الجماعة مرجوساري ر. و. 12 لوووك واروا مالانج