

ABSTRAK

Almi Maulana, Nim: 1820310094, “Pengaruh Kualitas Pesan Iklan dan Komunikasi Iklan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Snack Video dalam Sudut Pandang Islam pada Masyarakat Desa Gondosari” Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program studi Manajemen Bisnis Syariah, Institut Agama Islam Negeri Kudus 2018

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Untuk mengetahui 1) pengaruh kualitas pesan iklan terhadap keputusan penggunaan aplikasi snack video di desa Gondosari dalam sudut pandang Islam. 2) Untuk mengetahui pengaruh komunikasi iklan terhadap keputusan penggunaan aplikasi snack video di desa Gondosari dalam sudut pandang Islam. 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pesan iklan dan komunikasi iklan secara simultan terhadap keputusan penggunaan aplikasi snack video di desa Gondosari dalam sudut pandang Islam.

Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dan jenis penelitian survey. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30 orang responden. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisioner. Hasil dari penelitian ini adalah 1). Adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pesan iklan terhadap variabel Keputusan Penggunaan dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($6,837 > 2,052$) dan signifikan $0,00 < 0,05$. 2) serta adanya pengaruh antara komunikasi iklan terhadap keputusan penggunaan dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($8,337 > 2,052$) dan signifikan ($0,000 < 0,05$). 3) adanya pengaruh secara simultan antara kualitas pesan iklan dan komunikasi iklan terhadap keputusan penggunaan dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($24,662 > 3,35$) dan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Hasil ini diperoleh dengan alat bantu hitung SPSS 26. Kesimpulan dari penelitian adalah 1) kualitas pesan iklan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. 2) komunikasi iklan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. 3) kualitas pesan iklan dan komunikasi iklan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan.