



## ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Iklan Kartu XL di RCTI Terhadap Minat Beli Masyarakat di Kelurahan Binjai Kecamatan Binjai kota, Kota Binjai”. Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan antara tayangan iklan kartu XL di RCTI dengan minat beli masyarakat di Kelurahan Binjai Kecamatan Binjai Kota, Kota Binjai. Adapun teori-teori yang dianggap relevan dalam penelitian ini adalah televisi, iklan, minat beli, teori SOR dan teori AIDDA.

Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kelurahan Binjai Kecamatan Binjai Kota sebanyak 97 responden dari 3591 orang. Untuk menghitung jumlah sampel dari data populasi yang ada digunakan rumus Taro Yamane dengan presisi 10 % dan tingkat kepercayaan 100 %. Untuk pengambilan sampel dilakukan pembatasan usia 15 tahun keatas. Untuk teknik penarikan sampel, penelitian ini menggunakan Purposive Sampling dan Accidental Sampling.

Selain melalui buku, jurnal dan internet, pengumpulan data juga dilakukan dengan cara wawancara yaitu memberikan 21 pertanyaan kepada responden. Analisis data menggunakan analisa Tabel Tunggal yaitu dengan membagi variabel penelitian dalam kategori yang ditentukan atas dasar frekuensi. Sedangkan Hipotesis penelitian diuji dengan Korelasi Product Momen Carl Pearson dilanjutkan dengan uji Signifikan dengan menggunakan rumus uji Z.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga  $r_{xy} = 0,262 > 0,202$ , ini berarti Hipotesis diterima hal itu berarti ada Pengaruh Iklan Kartu XL di RCTI Terhadap Minat Beli Masyarakat di Kelurahan Binjai Kecamatan Binjai Kota, Kota Binjai. Dengan demikian hubungan tersebut rendah tapi pasti. Kemudian dari hasil pengujian dengan rumus uji Z, maka hasil pengujian menunjukkan bahwa Hipotesis alternatif yang diterima yaitu terdapat Pengaruh Iklan Kartu. XL di RCTI Terhadap Minat Beli Masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan Z hitung  $> Z$  tabel yaitu  $2,56 > 0,4961$ .