

ABSTRAK

Esia adalah perusahaan telekomunikasi dengan biaya iklan paling rendah dengan pertumbuhan pendapatan dan pelanggan paling tinggi.

Berdasarkan teknik pengumpulan data, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, menggunakan metode analisis regresi sederhana, penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* dengan sampel sebesar 100 responden

Dari penelitian ini, di dapatkan hasil bahwa penilaian pelanggan terhadap iklan media televisi “Telepon Putus Kami Ganti” Esia adalah baik, dan keputusan pembelian setelah melihat iklan juga mendapatkan penilaian yang baik, sedangkan pengaruh iklan media televisi “Telepon Putus Kami Ganti” terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 51.3% sedangkan sisanya sebesar 48.7% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar Iklan Media “Televisi Telepon Putus Kami Ganti” yang tidak diteliti

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa iklan media televisi “Telepon Putus Kami Ganti” Esia terhadap keputusan pembelian sudah baik. Perusahaan telekomunikasi Esia hendaknya lebih banyak fokus dalam memaksimalkan kegiatan periklanan, memperhatikan jam tayang iklan dan juga disarankan untuk ada penelitian selanjutnya dengan populasi yang lebih luas.

/keywords: Periklanan, Iklan yang efektif dan Keputusan pembelian konsumen/