

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Fakultas Ilmu Komputer  
Program Sarjana Sistem Informasi  
Semester Ganjil 2019/2020

## STUDI DAN ANALISIS PERIKLANAN DI *SMARTPHONE* TERHADAP PENGGUNANYA (STUDI KASUS MAHASISWA PEKERJA KOTA BATAM)

YULIANTO  
NPM: 1631041

### ABSTRAK

Penggunaan ponsel pintar pada saat ini telah menjadi bagian dari kebutuhan dan gaya hidup mahasiswa di Kota Batam dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat menjadi kesempatan bagi pemasar untuk membuat iklan *online* terhadap produk atau jasa di ponsel pintar sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh periklanan di ponsel pintar terhadap mahasiswa pekerja di Kota Batam dengan menggunakan teknik sampel berdasarkan area secara proporsional. Model penelitian yang digunakan merupakan model penelitian Martins Orús atau kolaborasi variabel antara dua model penelitian yang berbeda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner berupa formulir Google yang disebar dalam bentuk tautan kepada mahasiswa dari Universitas Internasional Batam, Universitas Riau Kepulauan, Universitas Putera Batam, Universitas Universal, dan Universitas Batam. Sampel penelitian yang didapatkan sebanyak 405 responden dan dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini adalah nilai iklan secara signifikan berpengaruh besar terhadap niat beli, sikap terhadap produk dan kesadaran merek mahasiswa pekerja di Kota Batam dibandingkan kualitas iklan *online* pada ponsel pintar. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa pekerja generasi milenial di Kota Batam saat ini lebih membutuhkan manfaat dari iklan dan tertarik dengan hiburan pada iklan di ponsel pintar dibandingkan kualitas desain maupun informasi yang disampaikan pada iklan.

**Kata Kunci:** Iklan Ponsel Pintar, Nilai Iklan, Niat Pembelian, Sikap Terhadap Produk, Kesadaran Merek