

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan efektivitas iklan televisi *shampoo* Pantene dan *shampoo* Sunsilk dengan menggunakan *Customer Response Index* (CRI). Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 60 responden yang merupakan warga perumahan Taman Gading wilayah RW 040 lingkungan Kebun Indah Jember. Untuk mengumpulkan data digunakan kuesioner yang telah dibuat berdasarkan pada lima variabel yaitu *awareness*, *comprehend*, *interest*, *intention* dan *action*. Dalam masing-masing variabel terdapat indikator yang memiliki nilai skala (1-4) yang sesuai dengan pernyataan pada masing-masing indikator. Hasil penelitian menunjukkan iklan televisi *shampoo* Pantene lebih efektif dengan nilai CRI 58%, dibandingkan iklan televisi *shampoo* Sunsilk yang memiliki nilai CRI hanya 7%.

Kata kunci: Komparasi, Efektivitas iklan televisi, *Customer Response Index* (CRI)



ABSTRACT

This research to analyze the comparison of the effectiveness of Pantene and Sunsilk shampoo television advertisement using costumer response index (CRI). To take the sample by using purposive sampling method with 60 number of respondents from Taman Gading RW 040 Kebun Indah Jember cityzen. To collect the data quisoner issued based of five variables. Every variable consists of indicator which has skill number scale (1-4) with every declaration based on the indicator. The result showed that Pantene shampoo television advertisements more effective whit CRI number 58%, than Sunsilk shampoo televition which has CRI number only 7%.

Key word: *Comprations, Televition Advertisements Efectivity, Costumer Response Index (CRI)*

