



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION
ARGANDI WICAKSONO
44310010072**

PENGARUH TERPAAN IKLAN PRODUK TEH PUCUK HARUM KEMASAN 480ML TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

JumlahHalaman : 94 Isi + 21 Lampiran
Bibliografi : 34Buku + 5 Situs Website, Tahun 1986-2013
Kata Kunci : Komunikasi,Iklan,Terpaan iklan,dan Minat beli

ABSTRAK

Proses komunikasi di lakukan oleh pengiklan sebagai komunikator untuk menginformasikan suatu produknya kepada khalayak atau komunikasikan melalui media elektronik iklan TVC. Fenomena yang terdapat pada iklan TVC teh pucuk versi 30's sangat unik,karena dalam isi pesan iklan tersebut memberikan tanggapan bahwa dengan meminum teh pucuk harum itu tidak membuat nyangkut dileher,ga bikin haus lagi, dan manisnya pas. Lalu khalayak tertarik untuk melihat iklan tersebut sehingga dapat menimbulkan minat beli yang di sebabkan oleh iklan. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh terpaan Iklan TVC produk Teh Pucuk Harum Kemasan 480 ml terhadap minat beli konsumen.

Peneliti menggunakan teori S-O-R. Stimulus-Organisme-response, mempunyai dua dimensi yaitu: (1) frekuensi dan (2) durasi. Dan konsep minat beli mempunyai lima dimensi yaitu: (1) Pengenalan masalah,(2) Pencarian Informasi,(3) Evaluasi Alternatif,(4) Keputusan Pembelian,(5) Perilaku Pasca Pembelian.

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan survey terhadap 55 responden mahasiswa Universitas Mercubuana jurusan Advertising & Marketing Communication angkatan 2011-2013. Untuk mendapatkan jumlah responden peneliti menggunakan teknik penarikan sampel *proportionate random sampling*, yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi seluruh anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Berdasarkan hasil tesis ini dapat disampaikan bahwa, hasil uji korelasi sebesar 0,624 terletak pada wilayah antara 0,60 – 0,799 yang berarti ada hubungan yang **kuat** dan arah hubungannya positif.

Dari hasil penghitungan akhir Peneliti dapat memberikan kesimpulan, Bahwa *Terpaan iklan Teh Pucuk Harum* ini mempunyai daya tarik yang kuat untuk mempengaruhi minat beli konsumen-nya.