

Restu Suci Utami (44308120029)

PENGARUH IKLAN SIMPATI VERSI PAKET BLACKBERRY SIMPATI SOSIALITA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PKK FAKULTAS KOMUNIKASI ANGKATAN 2009 UNIVERSITAS MERCU BUANA MERUYA-JAKARTA

14 Halaman, + 111 halaman, + 8 Lampiran, 25 Buku (1984-2010)

ABSTRAKSI

Industri telekomunikasi nasional saat ini ditandai dengan mulai menguatnya tiga tren utama, yaitu evolusi platform jejaring sosial, mulai mewabahnya telepon seluler (ponsel) pintar, dan menguatnya posisi tawar konsumen. Hal ini yang dilakukan oleh provider telekomunikasi Simpati. Demi memperluas jangkauan pelanggannya, Simpati mengiklankan produknya dengan menghadirkan layanan “Simpati Sosialita” untuk para pengguna Blackberry yang menggunakan kartu Simpati pada tahun 2012 ini.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teori AIDA dalam melihat suatu pengaruh yang ditimbulkan dari suatu iklan, yakni iklan Simpati Sosialita paket Blackberry dalam iklannya yang menarik perhatian khalayak untuk mencoba produknya kemudian pembuktian mengenai berhasil atau tidaknya iklan tersebut terhadap perilaku pembelian, atau sikap yang sering dikatakan perilaku konsumtif khalayak.

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sifat penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah eksplanatif. Karena pada penelitian ini penulis ingin menyajikan penjelasan yang lengkap mengenai hubungan-hubungan yang terdapat dalam penelitian. Penelitian ini berusaha menjelaskan korelasi dan pengaruh dari variable iklan di media televisi terhadap variable perilaku konsumtif.

Dari semua yang telah di paparkan melalui penelitian ini dapat dilihat bahwa bahwa kekuatan hubungan antara variabel independen yaitu Iklan Simpati (*Paket Blackberry Sosialita*) terhadap perilaku konsumtif konsumen berada di angka 0.776 atau memiliki golongan pengaruh yang kuat.