



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BIDANG STUDI *ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATION*

Moh Rifki Hidayat

44309010023

PENGARUH TERPAAN IKLAN TOLAK ANGIN VERSI “JK48” TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA MERCU BUANA JURUSAN MARKETING COMMUNICATION ANGKATAN 2011-2013

Jumlah halaman : x+ 83 halaman + 11 lampiran

Bibliografi :34 Acuan, Tahun 2006-2011

ABSTRAKSI

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah idol grup jkt48 berpengaruh terhadap minat, membeli produk obat Tolak Angin. Penelitian ini difokuskan di universitas Mercu Buana meruya dan mahasiswa/i yang berada disana sebagai objek penelitian. Dengan hasil sample 54 responden dengan hasil kuisisioner yang bersifat valid dan reliable.

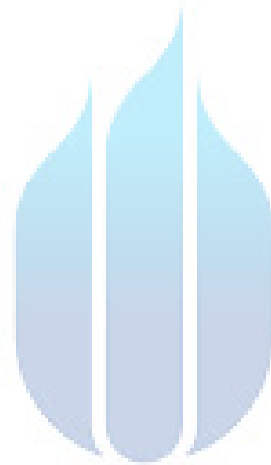
Terpaan iklan merupakan suatu proses dimana terjadi respon kognitif atau pemikiran ketika seseorang membaca, melihat, atau mendengar komunikasi.

Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tipe penelitian. eksplanatif. penelitian eksplanatif adalah penelitian yang berhubungan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (vaiabel) yang akan di teliti menggunakan metode kuisisioner

Hasil penelitian didapat bahwa pengaruh terpaan tolak angin versi “JKT48” Terhadap minat beli mahasiswa mercu buana berpengaruh. Hal ini dibuktikan dengan uji korelasi sebesar antara nilai X dan Y sebesar 0,599. Dari hasil tersebut maka dapat di jelaskan bahwa hubungan pengaruh terpaan iklan pada iklan tolak angin terhadap Minat Beli tergolong cukup.

Kata kunci : Terpaan iklan , minat beli



UNIVERSITAS
MERCU BUANA