



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication

Deni Prasetyo

44315010003

Pengaruh Tayangan Promosi Food Vlogger Chanel Youtube Mgdalenaf Terhadap Minat Beli Produk Kuliner Mahasiswa/IUniversitas Mercu Buana Jurusan Advertising & Marcomm Angkatan 2016-2017

Jumlah Halaman : 110 halaman

Bibliografi : 27 Acuan, Tahun 2002 - 2018

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tayangan promosi food vlogger chanel youtube mgdalenaf terhadap minat beli produk kuliner. Penelitian ini menggunakan teori SOR yaitu stimulus, organism, dan respon.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey. Penelitian survey di gunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan sikap, pendapat, pikiran, dan perilaku terkini yang yang melingkupi suatu isu atau peristiwa tertentu dengan melibatkan sejumlah orang. Survey adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam survey proses pengumpulan data dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrument utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik.

Apabila Mahasiswa/i Mercu Buana Jurusan Advertising & Marcomm Angkatan 2016-2017 tidak memiliki kebutuhan mengkonsumsi produk kuliner, maka tayangan promosi food vlogger chanel youtube Mgdalenaf tidak akan berpengaruh terhadap minat beli produk kuliner Mahasiswa/i Mercu Buana

Kata Kunci: tayangan promosi, teori SOR, survey, minat beli, food vlogger, youtube



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication

Deni Prasetyo

44315010003

Pengaruh Tayangan Promosi Food Vlogger Chanel Youtube Mgdalenaf Terhadap Minat Beli Produk Kuliner Mahasiswa/IUniversitas Mercu Buana Jurusan Advertising & Marcomm Angkatan 2016-2017

Jumlah Halaman : 110 halaman

Bibliografi : 27 Acuan, Tahun 2002 – 2018

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of food promotion vlogger youtube channel mgdalenaf on the interest in buying culinary products. This study uses SOR theory, namely stimulus, organism, and response.

The research method used in this study is a survey research method. Survey research is used to describe or explain current attitudes, opinions, thoughts, and behaviors that cover a particular issue or event involving a number of people. Survey is a research method using a questionnaire as a data collection instrument. The aim is to obtain information about a number of respondents who are considered to represent a particular population. In the survey process, the data collection process for analyzing social data is highly structured and detailed through a questionnaire as the main instrument for obtaining information from a number of respondents who are assumed to represent the population specifically.

If Mercu Buana Students of the 2016-2017 Advertising & Marcomm Department do not have the need to consume culinary products, then the Mgdalenaf YouTube food promotion vlogger will not affect the buying interest of Mercu Buana Student culinary products.

Keywords: promotional shows, SOR theory, surveys, buying interest, food vlogger, youtube