



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI VISUAL & ART
COMMUNICATION
INDHAH MULYUNITA
44411010036**

SEJAUHMANA MINAT BELI TERHADAP PENGARUH DESAIN LOGO THE BODY SHOP

Jumlah Halaman : 109 Isi + 6 Lampiran

Bibliografi : 40 Acuan, Tahun 1984-2013

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini menjadikan teknologi berkembang sangat pesat. Dalam hal ini desain mempunyai pengaruh yang cukup penting seiring berkembangnya teknologi informasi. Desain diambil dari kata “*designo*” (*itali*) yang artinya gambar. Sedangkan dalam bahasa Inggris desain diambil dari bahasa latin “*designare*” yang artinya merencanakan atau merancang. Secara garis besar desain adalah suatu hasil apresiasi dan kreasi yang tertuang dari diri manusia yang pada hakikatnya merupakan upaya dari manusia memberdayakan diri melalui benda ciptaanya.

Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan survei untuk memperoleh data. Untuk mendapatkan jumlah responden peneliti menggunakan *proballity sampling*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 344 dari keseluruhan mahasiswa aktif Universitas Mercu Buana tahun 2011, dan sampel yang didapat sebanyak 185 responden. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan SPSS (*statistical package for social science*) versi 20 untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan variabel terkait dan uji reliabilitas menggunakan metode *cronbach alpha*.

Berdasarkan hasil penelitian yang di analisis menggunakan uji regresi sebesar 67,2% yang artinya minat memberikan dampak positif di FIKOM UMB tetapi bukan satu-satunya variabel yang menentukan negative atau positifnya minat beli di FIKOM UMB. Hasil uji korelasi sebesar 0,770 menyatakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kedua variabel.