



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relation
Kartika Dewi
44311110131

Efektivitas Event Nutricia Baby Fair di Carrefour Mall Ambassador dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen
Jumlah halaman : x + 86 halaman +
Bibliografi : 28 Acuan, Tahun 2001 – 2011

ABSTRAKSI

Maraknya *event* yang dilakukan oleh *hypermarket* untuk menaikkan omset penjualan, memberikan kesempatan bagi para produsen untuk membuat *mini event* di dalam *hypermarket*, mulai dari *booth activation* sampai *sales promotion*. Salah satu produk yang sering digelar *event* nya oleh *hypermarket* adalah Susu Formula anak – anak. Hal ini dikarenakan susu formula adalah barang dagangan yang begitu larisnya dengan kompetisi yang sangat ketat antar produsen. Susu formula juga menjadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat perkotaan saat ini. Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur seberapa efektif kah *event* yang dilakukan di *Hypermarket* khususnya untuk produsen susu Merk *Nutrilon Royal*, dengan tema *event* Nutricia Baby Fair.

Konsep dan teori yang digunakan adalah dengan menggunakan teori AIDA, yaitu *Attention, Interest, Desire* dan *Action*. Dimana konsep AIDA ini sering kali menjadi tolak ukur keberhasilan suatu *event* atau acara, yang target konsumennya akan melakukan keputusan akhir yaitu membeli produk. Penelitian kali ini tidak akan membahas sampai dengan keputusan pembelian oleh konsumen, melainkan akan membahas teori sampai dengan *Desire* (Minat Beli). Hal ini dikarenakan peran Ilmu Komunikasi membahas teori sampai dengan *Desire*.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner angket. Kuesioner angket tersebut diberikan secara langsung oleh peneliti dibagian area *event Baby Fair* yang dilangsungkan di Carrefour Mall Ambassador pada periode bulan Oktober 2014. Dari kuesioner tersebut akan dihitung dari uji rata – rata (mean) untuk mengukur efektivitas *event* tersebut terhadap minat beli konsumen.

Dari hasil penelitian yang telah dilangsungkan mendapatkan hasil rata – rata pengunjung area *Baby Fair* di Carrefour Mall Ambassador adalah 136 yang menyatakan skala rata – rata 4, yang setelah dianalisis oleh peneliti adalah **Efektif**.