



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

GURUH SOFYAN HASYIM (44307010037)

**PENGARUH IKLAN AXE APOLLO DI WEB TERHADAP MINAT BELI
MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA**

5 BAB + 70 HALAMAN + 5 LAMPIRAN

ABSTRAK

Penggunaan web sebagai media promosi di Indonesia menunjukkan tren yang meningkat dari waktu ke waktu. Hampir semua perusahaan di Indonesia yang hadir di dunia maya memanfaatkan ketersediaan web sebagai salah satu media utama untuk menyampaikan pesan kepada pelanggan potensial. Hal ini tentu saja dimungkinkan oleh perkembangan yang luar biasa dalam bidang teknologi informasi.

Berdasarkan hal ini, peneliti merasa tertarik untuk mengkaji efektivitas iklan Axe Apollo berbasis web yang dikemas dalam bentuk informasi terhadap minat beli konsumen potensial yaitu Mahasiswa Universitas Mercu Buana. Dengan demikian, penelitian ini diberi judul: "Pengaruh Iklan Axe Apollo di Web terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Mercu Buana, Jakarta".

Teori yang digunakan mengacu pada konsep respon yang dikembangkan oleh menurut Kotler (1997:8) adalah Suatu proses social dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain “.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survai. Sifat atau tipe penelitian ini adalah evaluatif. Menurut Kriyantono (2006) jenis penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas atau keberhasilan suatu program.

Adapun hal yang ingin dievaluasi dalam penelitian ini adalah pengaruh variabel independen (iklan web) terhadap variabel dependen (minat beli). Teknik penarikan sample dalam penelitian ini adalah simple random sampling dengan jumlah populasi angka 2.034 orang, dan sampelnya berjumlah 100 orang.