

SUMMARY

EFEKTIFITAS IKLAN SIMPATI TELKOMSEL PADA MEDIA IKLAN

Created by JANTO WIDJAJA

Subject : EFEKTIFITAS IKLAN SIMPATI TELKOMSEL PADA MEDIA IKL
Subject Alt : EFEKTIFITAS IKLAN SIMPATI TELKOMSEL PADA MEDIA IKL
Keyword : EFEKTIFITAS IKLAN SIMPATI TELKOMSEL
PADA MEDIA IKLAN

Description :

EFEKTIFITAS IKLAN SIMPATI TELKOMSEL
PADA MEDIA IKLAN (dibimbing oleh Hasyim)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keefektifitasan iklan yang dilakukan PT Telkomsel Tbk dengan tujuan untuk mengetahui media mana yang paling efektif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Customer Response Index (CRI) dengan menggunakan data dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan kepada 250 responden yang mengetahui iklan simPATI dengan waktu penelitian 3 bulan, tempat penelitian adalah di area wilayah Jakarta Barat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai CRI pada media televisi adalah 43% (kategori cukup efektif), nilai CRI pada media radio adalah 33,3% (kategori tidak efektif), nilai CRI pada media surat kabar adalah 26,6% (kategori tidak efektif), nilai CRI pada media majalah adalah 51,9% (kategori cukup efektif), dan nilai CRI pada media lain-lain adalah 27,2% (kategori tidak efektif). Dengan demikian dapat diketahui bahwa media Majalah adalah media yang paling efektif.

Contributor : Dr. Hasyim, M.Ed)
Date Create : 21/12/2013
Type : Text
Format : PDF
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-2007-11-122
Collection : 2007-11-122
Source : Perpustakaan Esa Unggul
Relation Collection Universitas Esa Unggul
COverage : Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right : Copyright @2013 by UEU Library

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor