

SUMMARY

PERBEDAAN PERSEPSI MASYARAKAT PERUMNAS 3 BEKASI TERHADAP PRODUK KARTU SELULER 3 (THREE) DARI IKLAN YANG TAYANG DI TELEVISI SWASTA NASIONAL BERDASARKAN KARAKTERISTIK AUDIENCE

Created by M GILANG DWI W

Subject : PERIKLANAN, KARAKTERISTIK AUDIENCE

Subject Alt : PERIKLANAN, KARAKTERISTIK AUDIENCE

Keyword : iklan; kartu; selular; televisi; audience

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan persepsi yang dilihat dari karakteristik responden. Bahan penelitian dari iklan televisi 3 (three) periode maret 2007 sampai dengan periode mei 2009. Metode penelitian yang dipakai adalah metode survey dengan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Persepsi yang dimaksud adalah bagaimana tanggapan responden mengenai produk 3(three) dan seberapa besar kecenderungan persepsi responden mengenai tarif, jaringan, fitur, dan pelayanan produk 3 (three) swasta nasional. Nantinya akan diambil kesimpulan bahwa apakah iklan televisi 3 (three) sudah baik untuk memberikan persepsi yang diinginkan responden dan sesuai dengan realita yang ada pada masyarakat.

Contributor : Drs. Hasyim Purnama, M.si

Date Create : 10/01/2014

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-2005-51-061

Collection : 2005-51-061

Source : Perpustakaan Esa Unggul

Relation Collection Universitas Esa Unggul

COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : Copyright @2014 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