

SUMMARY

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TELEVISI TOKO BAGUS TERHADAP MINAT BELI (SURVEY PADA WARGA KOMPLEKS CITRA GRAN CLUSTER CENTRAL GARDEN, CIBUBUR)

Created by Ilona V. Oisina Situmeang

Subject : IKLAN, TELEVISI
Subject Alt : COMMERCIAL, TELEVISION
Keyword : MINAT BELI

Description :

Perkembangan teknologi khususnya media televisi mengajak perusahaan berlomba-lomba untuk mempromosikan produknya. Namun tidak dipungkiri bahwa konsumen jarang memberikan ruang untuk memperhatikan tayangan iklan media televisi. Ini merupakan tantangan besar bagi perusahaan untuk menciptakan iklan yang dapat menarik perhatian. Sehingga dapat diingat oleh konsumen. Iklan Toko Bagus merupakan salah satu iklan yang menggunakan media internet dalam menjual maupun membeli produk, namun diiklankan melalui media televisi. Daya tarik pesan, selebritis dan rasional membuat iklan mudah untuk diingat oleh konsumen. Populasi penelitian ini adalah warga komplek Citra Gran Cluster Centra Garden, Cibubur. Sebanyak 373 Kepala keluarga dan sampel penelitian sebanyak 93 Kepala keluarga yang pernah melakukan transaksi melalui Toko Bagus Hasil yang didapatkan korelasi sebesar 0,691 yang artinya terdapat hubungan yang kuat dan tinggi antara daya tarik iklan dengan minat beli konsumen. Hasil regresi menunjukkan bahwa sebesar 0,701 dan koefisien determinasi sebesar 0,530. Uji hipotesis menunjukkan ada pengaruh yang kuat dan positif antara daya tarik iklan dengan minat beli konsumen.

Date Create : 10/01/2014
Type : Text
Format : pdf
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Journal-KOM10012013_Sit
Collection : KOM10012013_Sit
Source : Jurnal Komunikologi Volume 10 Nomor 1, Maret 2013
Relation Collection Puspen Jurnal UEU
COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right : Copyright@2014 Puspen Jurnal UEU

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