

SUMMARY

Efek Iklan TVC New Honda Absolute Revo Terhadap Mahasiswa Fikom Esa Unggul Angkatan 2007-2010

Created by Rizki Hidayatullah

Subject : Efek Iklan TVC New Honda Absolute Revo Terhadap Mahasiswa Fikom Esa Unggul Angkatan 2007-2010

Subject Alt : Efek Iklan TVC New Honda Absolute Revo Terhadap Mahasiswa Fikom Esa Unggul Angkatan 2007-2010

Keyword : Tingkat Perhatian; Pemahaman

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat perhatian dan pemahaman iklan TVC New Honda Absolute Revo terhadap mahasiswa Fikom Esa Unggul angkatan 2007-2010. Skripsi ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan tujuan deskriptif dan survei sebagai alat pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar kepada sample dari populasi yang disesuaikan dengan masalah pokok penelitian. Hasil penelitian menunjukkan tingkat perhatian yang dimiliki mahasiswa Fikom Esa Unggul cenderung tinggi, yaitu sebanyak 50.84 %, tingkat pemahaman yang dimiliki mahasiswa berada pada tingkatan sedang, yaitu sebesar 52.5 %.

Date Create : 09/09/2013

Type : Text

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-200451080

Collection : 200451080

COverage : Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : Copyright ©2013 by UEU Library. This publication is protected by copyright and per obtained from the UEU Library prior to any prohibited reproduction, storage in a re transmission in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, reco For information regarding permission(s), write to 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