

ABSTRAK

TONI KURNIA JAYA. *Kajian Faktor-faktor Demografis yang Mempengaruhi Frekuensi Kunjungan pada Situs Iklan Mini di Internet*. Di bawah bimbingan Musa Hubeis.

Jumlah pengunjung dan pelanggan *internet* di Indonesia cukup besar dan terus berkembang sesuai dengan bertambahnya kedewasaan dan kebutuhan masyarakat akan informasi. Keberadaan *internet* yang menjangkau luas dan memiliki kemampuan untuk diakses 24 jam penuh telah membuat *internet* sebagai salah satu media potensial untuk pemasangan iklan.

Terdapat tiga jenis iklan yang ada di *internet* saat ini yaitu iklan tampilan, iklan mini dan pencarian situs. Studi ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara faktor-faktor demografis umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan profesi dengan pemilihan jenis situs iklan mini dan kualitas pelayanan yang diinginkan oleh pengguna situs iklan mini, beserta pengaruh jumlah kunjungan terhadap minat pemasangan iklan pada situs iklan mini di *internet*.

Pengumpulan data dilakukan dengan mengirimkan daftar pertanyaan yang berbentuk *e-mail* melalui *mailing-list* kepada 500 responden dalam analisis pemilihan jenis situs dan kualitas pelayan yang diinginkan, dan mengirim langsung daftar pertanyaan kepada para pengelola situs iklan mini di *internet*.

Pengolahan data dilakukan dengan analisis diskriminan, kuadrat-khi, analisis klaster dan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian adalah : kecepatan merupakan kebutuhan terpenting bagi pengunjung situs iklan mini di *internet*, semakin besar jumlah kunjungan pada suatu situs iklan mini di *internet* mengakibatkan minat pemasangan iklan pada situs tersebut menjadi besar, tidak adanya perbedaan persepsi antar grup dari faktor umur, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan bagi jenis situs iklan mini yang dikunjungi, kecuali grup dari faktor profesi yang memiliki perbedaan persepsi bagi jenis situs iklan mini di *internet*.