

ABSTRACT

Name : Muhammad Isman Thoyib
NIM : 200851007
Title : "attitude and buying interest basketball players of SMK BPK Penabur 7 Cipinang Indah to the piero shoes TVC Ads 2011 amaze pro"
number of pages : 81 pages
pages keywords : attitudes, buying interest
references : 21 number of books, and two other literature

This research raised the title, attitude and buying interest basketball players of SMK BPK Penabur 7 Cipinang Indah to the piero shoes TVC Ads 2011 amaze pro". In this research, researchers tried to examine the attitudes and interest of basketball players from SMK BPK Penabur 7 Cipinang Indah which is a segment or target market of the products these shoes. This research uses a sampling technique, with a nonprobability sample sensus sampling design (sensus sampling). The population of this research are all basketball players in SMK BPK Penabur and as many as 80 people, a sample of as many as 74 people. In this research using the survey method to basketball players who repondents in this research. from this result it can be concluded that the attitude and interest in the product TVC Pro Amaze Piero shoes attitude 62.17% 51.35% interest. For that according to researcher Piero TVC Product shoes should be improved, especially at the level of awareness so that the message in this ad can be received well for the intended target segment.

ABSTRAK

Nama / NIM : Muhammad Isman Thoyib /200851007
Judul : “Sikap dan Minat Beli Pemain Basket SMA BPK
Penabur 7 Cipinang Indah terhadap Iklan TVC
Sepatu Piero 2011 Amaze Pro”

Jumlah Halaman : 81 halaman
Kata Kunci : Sikap, Minat Beli
Daftar Pustaka : 21 jumlah buku, 2 literature lainnya

Penelitian ini mengangkat judul “Sikap dan Minat Beli Pemain Basket SMA BPK Penabur 7 Cipinang Indah terhadap Iklan TVC Sepatu Piero 2011 Amaze Pro” Dalam penelitian ini peneliti mencoba meneliti tentang sikap dan minat pemain basket siswa SMK BPK Penabur yang merupakan segmen atau target market dari produk sepatu tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik *sampling*, sampel nonprobabilitas dengan rancangan *sampling sensus (sensus sampling)*. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pemain basket di SMK BPK Penabur 7 sebanyak 80 orang dan yang menjadi sampel sebanyak 74 orang. Dalam penelitian ini menggunakan metode survey kepada pemain basket yang menjadi responden dalam penelitian ini. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sikap dan minat terhadap TVC produk sepatu Piero Amaze Pro sikap 51,35 % minat 62,17 %. Untuk itu menurut peneliti TVC Produk sepatu Piero harus lebih ditingkatkan terutama pada tataran *awareness* agar pesan didalam iklan ini dapat diterima dengan baik bagi target segmen yang dituju.

Jakarta, Februari 2013

(M. Isman Thoyib)