

## ABSTRAKSI

Cornelia Sherren 2008-11-122, analisis efektivitas media iklan kartu selular XL terhadap respon konsumen, (dibimbing oleh Dr. Dra. Endang Ruswanti, MM).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respon konsumen terhadap efektivitas suatu program promosi melalui media iklan kartu selular XL yang dilaksanakan oleh PT. XL Axiata, Tbk.

Metode penelitian menggunakan analisis *Customer Response Index* dengan metode tersebut semakin besar persentase CRI maka dapat dikatakan semakin efektif dan jika sebaliknya persentase CRI semakin kecil maka semakin tidak efektif media iklan yang digunakan. Persentase media iklan televisi sebesar 44%, surat kabar 61%, papan reklame 23% dan brosur 30%.

Dari 5 (lima) indikator dimensi efektivitas yang digunakan untuk menganalisis yaitu *awareness, comprehend, interest, intention, dan action*. Hasilnya menunjukkan bahwa media yang paling efektif digunakan adalah media surat kabar.