

## ABSTRAK

Nama / NIM : Mershella Merianawati / 2007 – 51 - 013  
Judul : Daya tarik iklan TVC Honda Supra X 125 Helm In terhadap minat beli Mahasiswa Universitas Esa Unggul angkatan 2009  
Jumlah Halaman : xi; 96; 30 Tabel; 1 Bagan; 3 Gambar; 10 Lampiran  
Kata Kunci : Daya Tarik Iklan, Minat Beli, Iklan TVC Honda Supra X 125 Helm In Honda Supra X 125 Helm In  
Daftar Pustaka : 26 Judul Buku Tahun 1989 – 2010 ,6 Sumber Lain

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan pendekatan deskriptif kolerasional, untuk mencari hubungan dari dua variabel penelitian. Metode yang dipakai oleh peneliti adalah metode survei dan sebagai alat pengumpulan data, melalui kuesioner yang disebar kepada sampel dari populasi yang disesuaikan dengan masalah pokok penelitian. Survei ini bertujuan untuk mengetahui daya tarik iklan TVC Honda Supra X 125 *Helm In* terhadap minat beli Mahasiswa Universitas Esa Unggul Angkatan 2009.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik Mahasiswa Universitas Esa Unggul angkatan 2009 pada iklan TVC Honda Supra X 125 *Helm In* sebesar 95,71%, minat beli Mahasiswa Universitas Esa Unggul angkatan 2009 pada Honda Supra X 125 *Helm In* sebesar 78,51 %, dan hubungan antara ketertarikan iklan dengan minat menggunakan produk sebesar 74,28 %. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik Mahasiswa Universitas Esa Unggul angkatan 2009 pada iklan sangat tinggi dan minat membeli produk juga tinggi atau melebihi sebagian dari jumlah responden.

Kesimpulannya, dari hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, daya tarik iklan TVC Honda Supra X 125 *Helm In* dapat mempengaruhi minat beli Mahasiswa Universitas Esa Unggul angkatan 2009 terhadap produk tersebut.

Untuk PT. Astra Honda Motor (AHM) selaku produsen dari Honda Supra X 125 *Helm In* serta biro iklan yang menangani produk tersebut, perlu tetap menjaga konsistensi dan lebih kreatif dalam menciptakan ide – ide kreatif dalam beriklan agar tetap bisa menarik minat beli.