

ABSTRAK

Nama / NIM : Aulia Hakim / 2004-51-021
Judul : Efek Iklan TVC Chitato Potato Chips versi Body Wave Terhadap Loyalitas Pelajar Kelas XII SMU Negeri 95 Jakarta Pada Produk Chitato Potato Chips. (Sebuah studi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas)
Jumlah Halaman : xi; 113; 43 tabel; 2 gambar; 7 lampiran
Kata Kunci : Loyalitas, Iklan, Pengetahuan, Citra Merek
Daftar Pustaka : 36 Judul Buku 1981-2009

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana loyalitas pelajar Kelas XII SMU Negeri 95 Jakarta dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas. Skripsi ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan tujuan deskriptif dan survei sebagai metode alat pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada sampel dari populasi yang telah disesuaikan dengan masalah pokok penelitian. Hasil penelitian menunjukkan tingkat pengetahuan yang dimiliki pelajar kelas XII ada kecenderungan tinggi yaitu sebesar 97,3 % (73 orang), Citra merek ada kecenderungan positif yaitu sebesar 93,3 % (70 orang), dan Loyalitas ada kecenderungan rendah yaitu sebesar 57,3 % (43 orang). Ada pengaruh antara variabel pengetahuan terhadap variabel citra merek sebesar 5,2%. Ada pengaruh antara variabel citra merek terhadap variabel loyalitas sebesar 7,0%. Tidak ada pengaruh antara variabel pengetahuan terhadap loyalitas.