

ABSTRAK

- Nama/NIM : Hendry Toman Jovan / 2006-51-023
- Judul : Efektifitas Media Periklanan Buy One Get One produk
“Frappuccino Blended Coffee dan Frappuccino Blended
Cream “ Starbucks Coffee Mall Taman Anggrek April
2011.
- Jumlah Halaman : xi ; 47 ; 22 tabel ; 1 bagan ; 3 lampiran
- Kata Kunci : Efektivitas media periklanan, Buy One Get One, Produk
farppuccino blended coffee and cream, Starbucks Coffee
Mall Taman Anggrek.
- Daftar Pustaka : 10 judul 2004 – 2010

Starbucks Coffee melakukan promosi Buy One Get One produk Frappuccino Blended Coffee dan Blended Cream yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan produk tersebut di setiap gerainya. Penulis memilih gerai Mall Taman Anggrek sebagai tempat penelitian skripsinya, sehingga penulis tertarik untuk meneliti keefektivitasan media periklanan yang dipakai oleh PT. Sari Coffee Indonesia terhadap *customer* Starbucks Coffee Mall Taman Anggrek.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei deskriptif. Untuk teknik pengambilan sampel, penulis menggunakan teknik *accidental sampling*. Pada penelitian ini, penulis mendapatkan 72 sampel yang layak untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

Hasil dari penelitian mengenai Efektivitas Media Periklanan Buy One Get One Frappuccino Blended Coffee dan Blended Cream” Starbucks Coffee Mall Taman Anggrek April 2011 adalah media jejaring sosial and media banner adalah media yang paling efektif dalam menyampaikan pesan Buy One Get One tersebut.