

ABSTRAK

Nama/NIM : Aris Kristian / 2006-51-014
Judul : Efektivitas iklan televisi Gulaku versi ”*Candy Store*” terhadap minat beli ibu rumah tangga komplek Kedoya Permai, kelurahan Kebon Jeruk, Jakarta Barat.
Jumlah Halaman : xi ; 47 ; 22 tabel ; 1 bagan ; 3 lampiran
Kata Kunci : Efektivitas iklan, Gulaku, minat beli dan ibu rumah tangga komplek Kedoya Permai, kelurahan Kebon Jeruk, Jakarta Barat.
Daftar Pustaka : 18 judul 1994 – 2008

Sebagian besar pengguna gula adalah ibu rumah tangga. Selama ini ibu rumah tangga kebanyakan menggunakan produk gula tanpa merek Gulaku merupakan produk gula pertama di Indonesia yang mengiklankan produknya melalui media televisi (TVC). Dalam penelitian ini penulis menggunakan iklan Gulaku versi ”*Candy Store*” untuk mengetahui sejauh mana Efektivitas iklan televisi Gulaku versi ”*Candy Store*” terhadap Minat Beli ibu rumah tangga Komplek Kedoya permai, kelurahan Kebon Jeruk, Jakarta Barat?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei deskriptif. Untuk teknik pengambilan sampel, penulis menggunakan teknik *non-probability sampling*. Populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel karena misalnya ada bagian tertentu secara sengaja tidak dimasukkan dalam pemilihan untuk mewakili populasi. Pada penelitian ini, penulis mendapatkan 38 sampel yang layak untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

Setelah mengetahui hasil dari penelitian tentang efektivitas iklan televisi Gulaku versi ”*Candy Store*” terhadap minat beli ibu rumah tangga Komplek Kedoya permai, kelurahan Kebon Jeruk, Jakarta Barat, penulis menyimpulkan bahwa hasilnya adalah efektif pada tahap kognitif dan afektif tetapi pada tahap konatif iklan tersebut belum efektif.