

## **ABSTRAK**

Nama/NIM : Adhitya Tirta (2014-51-020)

Judul : Tingkat Ketakutan Gambar Kemasan Rokok Dunhill Mild Terhadap Loyalitas Konsumen Club Motor Lawless Jakarta

Jumlah Halaman : 65; 2 gambar; 16 Tabel

Kata Kunci : Tingkat Ketakutan Dan Loyalitas

Daftar Pustaka : 38 judul 1980 – 2010

Semakin ketatnya persaingan para pelaku industri rokok dalam memasarkan produk-produknya ke masyarakat, menyebabkan perusahaan-perusahaan rokok semakin meningkatkan kuantitas dan kualitas dari tiap jenis iklan yang dihadirkan ke masyarakat. Hal tersebut ternyata dirasa berbahaya oleh pemerintah, karena pemerintah melihat iklan-iklan dan berbagai bentuk promosi yang dijalankan para perusahaan rokok mulai tidak terkendali sehingga dapat menyasar ke penduduk yang masih berada dibawah umur atau dapat keluar dari target sasaran marketing perusahaan. Peneliti melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Tingkat ketakutan Gambar Kemasan Rokok Dunhill Mild Dan Loyalitas Konsumen Club Motor Lawless Jakarta Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey bertipe deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yang artinya peneliti hanya menggambarkan Tingkat Ketakutan Gambar Kemasan Rokok Dunhill Mild Dan Loyalitas Konsumen Club Motor Lawless Jakarta. Berdasarkan apa yang peneliti lakukan selama penelitian dapat disimpulkan anggota club motor lawless Jakarta ternyata memiliki efek positif dengan tingkat pengetahuan tinggi dan efek Positif yang mempunyai sikap yang baik terhadap Loyalitas Konsumen Club Motor Lawless Jakarta