

ABSTRAK

Nama/NIM : Arief Rahmat Riyadi/201351001

Judul : Persepsi Terhadap Maskot Koko Krunch Versi Koko The Koala Bear dan Kecenderungan Perilaku Konsumsi Anak-anak di SD Harapan Kasih Jakarta

Jumlah Halaman : 97 Halaman

Kata Kunci : Persepsi Terhadap Maskot, Kecenderungan Perilaku Konsumsi

DaftarPustaka : 29 Judul Buku 1989-2016 dan 3 Sumber Lain

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan Nestle melalui produk serealnya yaitu Koko Krunch dalam persepsi terhadap maskot Koko Krunchnya yaitu Koko the Koala Bear yang merupakan mewakili produk Koko Krunch, serta kecenderungan perilaku konsumsi anak-anak SD Harapan Kasih dalam mengkonsumsi Koko Krunch. Tujuan penelitian ini yaitu ingin memperoleh data tentang persepsi terhadap maskot Koko Krunch dari segi objek maskot, warna maskot, dan wujud maskot, serta kecenderungan perilaku konsumsi anak-anak SD Harapan kasih terhadap Koko Krunch dari segi frekuensi konsumsi, jumlah konsumsi, dan tujuan konsumsi.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rumusan masalah deskriptif melalui metode survey, sumber penelitian adalah anak-anak di SD Harapan Kasih kelas 4, kelas 5, dan kelas 6 pada tanggal 26 May 2017. Penelitian ini berguna untuk melihat persepsi terhadap maskot Koko Krunch dan kecenderungan perilaku konsumsi anak-anak SD Harapan Kasih pada Koko Krunch

Hasil dari penelitian ini, rekapitulasi nilai dari persepsi terhadap maskot dari dimensi objek maskot, warna maskot, dan wujud maskot menunjukkan tinggi dengan persentase 95,4%, sementara untuk rekapitulasi nilai kecenderungan perilaku konsumsi dari segi frekuensi konsumsi, jumlah konsumsi, dan tujuan konsumsi menunjukkan tinggi dengan persentase 62,8%.