

Id : 16268

Call Number : 659.1 KEL h

Judul : Hubungan strategi iklan dan minat beli dalam iklan Televisi produk kecantikan pond?s flawless white Versi cerita bersambung 7 days to love/kelly

Pengarang : Kelly

Nim : 915080061

Kota : Jakarta

Tahun Terbit : 2011

Deskripsi Fisik : xvi + 111 hlm, 2011, tabel 26, gambar 5, lampiran 9

Pembimbing : 1.PROF. DR. IR. ANOESYIRWAN MOEINS, M.SI, MM.

Bidang : 1.Ilmu Komunikasi

Subjek : 1.Periklanan

Abstrak : Penelitian ini membahas mengenai hubungan strategi iklan dan minat beli dalam iklan televisi produk kecantikan Pond?s Flawless White versi cerita bersambung 7 Days To Love. Penelitian ini menggunakan beberapa teori, antara lain teori komunikasi massa, strategi perencanaan iklan, dan minat beli, di mana masing-masing teori ada pembagiannya masing-masing. Penelitian ini lebih mengarah pada pendekatan kuantitatif, namun peneliti juga menerapkan pendekatan kualitatif dalam penarikan kesimpulan. Untuk dapat menyelesaikan penelitian ini, maka peneliti membagikan kuesioner kepada 100 responden dari jumlah populasi 13.723, yang kemudian data diolah melalui program SPSS 18. Penarikan sampel dengan menggunakan teknik sampel insidental. Dari penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang rendah antara strategi iklan dan minat beli dalam iklan televisi produk kecantikan Ponds Flawless White versi cerita bersambung 7 Days To Love. Kata Kunci: Pengaruh strategi iklan terhadap minat beli