

HUBUNGAN TAYANGAN IKLAN PONDS FLAWLESS WHITE DI TELEVISI DENGAN MINAT BELI MAHASISWI UNIVERSITAS GUNADARMA

Reggy Mirano, Mujiyana, SE, MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : iklan

Abstraksi :

Penulisan ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pentingnya suatu pemasaran guna meningkatkan hasil dari penjualan suatu produk barang yang diproduksi oleh perusahaan, serta melakukan penghitungan seberapa besar peranan pemasaran tersebut dalam mempengaruhi hasil dari penjualan dengan menggunakan metode Skala Likert dan Chi Square. Pada hakekatnya hampir semua perusahaan dalam memperkenalkan produknya menggunakan media yang disebut periklanan. Karena tanpa melakukan suatu pemasaran, perusahaan dalam menjual produknya akan mengalami banyak kesulitan. Disebabkan konsumen belum mengetahui produk barang yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, mungkin dengan melakukan pemasaran dengan media periklanan di televisi perusahaan tersebut dapat meningkatkan hasil penjualannya. Dari hasil penelitian uji hipotesis dan analisis data yang telah penulis lakukan menunjukkan bahwa X^2 hitung lebih besar daripada X^2 tabel yaitu $63.45122 > 21.03$ yang berarti hubungan antara tayangan iklan PONDS Flawless White di televisi dengan minat beli mahasiswa Universitas Gunadarma dikatakan cukup. Daftar Pustaka (1992 2002)