

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Yusuf Amirudin 20040530217

Hubungan Intensitas Menonton Iklan Yamaha Jupiter Mx Versi Komeng Terhadap Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Masyarakat Dusun Carikan, Muntilan, Magelang.

Tahun Skripsi : 2011 + 72 halaman Isi + 2 halaman Daftar Pustaka + 3 halaman Daftar isi

Daftar Pustaka : 22 buku + 3 sumber online

Studi ini menjelaskan bagaimana intensitas menonton iklan Yamaha Jupiter Mx versi Komeng ditv dengan tingkat kesadaran merek (brand awareness) pada masyarakat Dusun Carikan, Muntilan, Magelang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara intensitas menonton iklan Yamaha Jupiter Mx versi Komeng ditv dengan tingkat kesadaran merek (brand awareness) konsumen pada masyarakat Dusun Carikan, Muntilan, Magelang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Eksplanatif yaitu dimana penelitian ini yang bermaksud menjelaskan adanya kedudukan variable-variable yang diteliti serta hubungan antara satu variable dengan variable yang lain. Jenis penelitian ini merupakan penelitian survai yaitu penelitian yang mengambil sample dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok adanpun cara pengambilan sampel yaitu dengan cara undian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif yaitu teknik analisis data yang menggunakan pengukuran dan pembuktian-pembuktian khususnya pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dengan metode statistik. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sampel acak distratifikasi (stratified random sampling) yaitu sebuah sampel untuk dapat menggambarkan secara tepat mengenai sifat-sifat populasi. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 Orang responden.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah penelitian membuktikan hasil statistik dengan korelasi rank spearman menggunakan adanya hubungan atau korelasi yang positif dan signifikan antara intensitas menonton iklan Yamaha Jupiter Mx versi Komeng di tv dengan tingkat kesadaran Merek (brand awareness) pada masyarakat Dusun Carikan, Muntilan, Magelang, Diperoleh koefisien *regresi* yang dilihat dari P value $0,009 < 0,05$ (5%) / signifikan atau H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat dikatakan juga bahwa intensitas berpengaruh positif terhadap