

Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Program Promotainment Kemilau Mandiri Fiesta

Muhammad Rendy Mirza, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=136310&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini menganalisa efektivitas dari program promotainment Kemilau Mandiri Fiesta. Dimana pendekatan untuk melihat efektivitas ditinjau dari respon pemirsa televisi yang menyaksikan program Kemilau Mandiri Fiesta tersebut. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey dimana penelitian ini dilakukan kepada 100 orang responden yang terdiri dari 50 responden yang merupakan nasabah Bank Mandiri dan 50 responden yang bukan nasabah dimana syarat utamanya kedua kelompok responden tersebut harus samasama pernah menyaksikan program promotainment Kemilau Mandiri Fiesta. Setelah diolah penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa message yang ingin disampaikan Bank Mandiri melalui Kemilau Mandiri Fiesta ini cukup tercapai sedangkan saran yang peneliti berikan adalah untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti dampak dari Kemilau Mandiri Fiesta terhadap kemauan untuk menjadi nasabah Bank Mandiri.

<hr>The focus of this thesis is to analyze the effectiveness of promotainment program called Kemilau Mandiri Fiesta through the television viewers which is has been watching Kemilau Mandiri Fiesta. This research used survey method by collecting questioners which consist of 100 responden divided into 2 group. The first group is the customer of Bank Mandiri while the other one is not the customer of Bank Mandiri. This research concludes that the messages that want to reached by Bank Mandiri with Kemilau Mandiri Fiesta shows the good result while for the suggest part researcher give an advice that the other researcher can do another research to find a correlation of Kemilau Mandiri Fiesta with the willingness to become Bank Mandiri customer.