

Preferensi konsumen pada pesan iklan : studi kasus iklan shampo di majalah wanita dengan lokasi penelitian di Jakarta Timur

Rosita Anggraini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20283129&lokasi=lokal>

Abstrak

Banyaknya produk sejenis di pasaran menimbulkan per- Iklan dibutuhkan untuk mengkomunikasikan produk guna mendukung penjualan. Dengan banyaknya produk yang diiklankan, iklanpun menjadi beragam baik dari segi jumlah maupun penampilan. saingan ketat. Penulisan skripsi ini bermaksud melihat preferensi konsumen terhadap iklan-iklan yang mengenainya. Iklan seperti apa dan bagaimana yang mereka sukai. Data untuk itu diperoleh 'dengan penelitian lapangan menggunakan kuesioner. Adapaun responden penelitian ini adalah ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Cipinang Besar, Jakarta Timur dari golongan menengah yang membaca salah satu atau lebih majalah wanita Femina, Kartini, Pertiwi dan Sarinah. Dari penelitian diperoleh hasil, pilihan . iklan yang disukai maupun tidak terbanyak karena ilustrasi ik - lan yang bersangkutan. Kedua terbanyak karena copy,lalu lay-out dan kemudian warna. Dalam iklan shampo disukai bila tampil dengan model yang cantik dan menarik berambut indah, dengan copy yang memuat keterangan lengkap mengenai shampo dengan menggunakan kata yang tidak berlebihan serta berkesan sederhana. Bila iklan disukai hal katapilihan iklan dilihat menurut usia, pendidikan dan pengeluaran rumah tangga per-bulan responden, ada perbedaan yang secara umum dapat dikatakan perbedaan tersebut tidak banyak.