

## Faktor-faktor sistem interaksi yang mempengaruhi efektivitas iklan online

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20335745&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Penelitian ini mengkhususkan pada efektifitas iklan online dengan memanfaatkan sudut pandang ilmu sistem interaksi atau lazim disebut human-computer interaction. Pendekatan yang dipergunakan dalam pengukuran efektifitas adalah jumlah klik. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor apa saja yang berkaitan dengan ilmu sistem interaksi yang mempengaruhi efektifitas tersebut. Metode yang dipergunakan adalah metode kuantitatif dengan populasi civitas akademika Universitas Indonesia. Setelah melakukan penelitian ini, peneliti menemukan bahwa faktor-faktor tersebut berpengaruh besar terhadap efektifitas iklan online sesuai dengan pendekatan jumlah klik yang diterapkan pada penelitian ini.