

ABSTRAK

**ANALISIS PENGARUH KEKUATAN PERSUASI IKLAN PAPAN
REKLAME TERHADAP MOTIVASI BELI KONSUMEN PADA ROKOK
A MILD**

**Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Sanata Dharma
Yogyakarta**

Dwi Nugroho

UNIVERSITAS SANATA DHARMA

2007

Tujuan penelitian skripsi ini adalah (1) untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen yang membeli produk rokok A Mild pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma , (2) untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kekuatan persuasi papan reklame terhadap motivasi beli konsumen pada rokok A Mild.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Convenience Sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisi crosstab, yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh kekuatan persuasi iklan papan reklame mempengaruhi responden didalam memotivasi pembelian rokok A Mild.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, kesimpulan hasil penelitian ini adalah ada pengaruh antara pengaruh kekuatan persuasi iklan papan reklame terhadap motivasi beli konsumen pada rokok A Mild

ABSTRACT
THE ANALYSIS of THE INFLUENCE of BILBOARD TOWARD
CONSUMER'S BUYING MOTIVATION of A MILD CIGARETTE
Case Study: The Students of Faculty of Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta

Dwi Nugroho
UNIVERSITY of SANATA DHARMA
2007

The purposes of the research were (1) to identify the characteristics of consumers who bought A Mild cigarette, (2) to identify the influence of billboard toward consumer's buying motivation of A Mild cigarette.

The technique of collecting data used was questioner. Technique of taking sample was Convenience Sampling. The data analysis technique used was Crosstab Analysis. To identify the influence of billboard persuasion toward consumer's motivation.

Based on the analysis, the conclusion of the research was, there was influence of billboard to consumer's buying motivation.