

**ANALISIS IKLAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA PRODUK YAMAHA MIO DI AREA UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA**

***ADVERTISING ANALYSIS ON CONSUMER BUYING
INTEREST OF YAMAHA MIO PRODUCT AT STATE
UNIVERSITY OF JAKARTA***

**M. FAUZAN AKBAR
8223098124**



**Karya Ilmiah ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

ABSTRAK

M. FAUZAN AKBAR. 2009. 8223098124. “Analisis Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Yamaha Mio”. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui jenis iklan yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk Yamaha Mio. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan metode analisis SWOT

Iklan adalah salah satu media komunikasi yang dianggap paling efektif untuk berpromosi, memperkenalkan atau mengingatkan kepada konsumen akan eksistensi sebuah produk. Dengan adanya iklan, perusahaan akan lebih mudah untuk menjual produknya kepada konsumen, untuk mencapai tujuan maksimal dari iklan dan beberapa faktor pendorong minat beli konsumen, perusahaan harus memperhatikan beberapa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen yang akan berdampak pada minat beli konsumen dan untuk mengevaluasi kelemahan produk untuk mengurangi ancaman dalam berbagai hal dari produk pesaing.

Kata kunci: Iklan, Minat Beli Konsumen, Produk Pesaing

ABSTRACT

M. FAUZAN AKBAR. 2009. 8223098124. “Analisis Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Yamaha Mio ”. *DIII Marketing Management Programe, Management Major , Economic Faculty, State University of Jakarta.*

Scientific aims to knowing the most influential type of advertising on Yamaha Mio consumer buying interest, the methods are used in this observation is descriptive, by using SWOT analisis.

Advertising is one of the communication media, that are considered more effective to promote, introduce, or reminding consumer of product existence. By the advertising, company will be easier to sell the product to consumers. To achieve the maximum goal from the advertation and some consumer buying interest factor, company have to pay attention of the strength, weakness, opportunities and threat, this aimed to get a consumer attention, who will give an impactbon consumer buying interest and to evaluate the product to decreasing threat in anything from the competitor.

Keyword : Advertising, Buying Interest, Competitor Product

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing,

Tanda Tangan

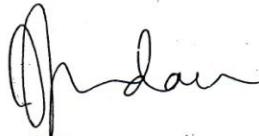
Tanggal

Dra. Sholikhah, MM
NIP. 19620623 199903 2 001



16/7/12

Ketua Jurusan Manajemen



Agung Wahyu Handaru, ST., MM
NIP. 19781127 200604 1 001

Jakarta, Juli 2012

Ketua Program Studi

DIII Manajemen Pemasaran



Agung Kresnamurti R.P., ST., MM
NIP. 19740416 200604 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

Ketua Jurusan Manajemen – Universitas Negeri Jakarta




Agung Wahyu Handaru, ST.,MM
NIP. 19781127 200604 1 001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
------	--------------	---------

Ketua Penguji

Dra. Basrah Saidani M.Si
NIP. 196301 19199203 2 001



08/08/12

Penguji Ahli

Agung Kresnamurti R.P., ST.MM
NIP. 19740416 200604 1 001



08/08

Dosen Pembimbing

Dra. Sholikhah, MM
NIP. 19620623 199903 2 001



08/08/12

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah S.W.T, karena berkat rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah untuk memenuhi syarat kelulusan bagi Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan Karya Ilmiah ini semata-mata bukan hanya dari kerja keras Penulis sendiri, dukungan dari berbagai pihak khususnya dari para pembimbing yang telah membantu dalam penyelesaian Karya Ilmiah ini. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Sholikhah. MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing praktikan selama menyusun Karya Ilmiah.
2. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Bapak Agung Wahyu Handaru ST, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan banyak kebijakan bagi penulis.
4. Bapak Agung Kresnamurti R.P., ST., MM., selaku Ketua Program Studi Diploma III yang telah memberikan banyak pelajaran berharga bagi penulis.
5. Kedua orangtua yang telah memberikan nasihat, bimbingan, dukungan, serta doanya kepada penulis sehingga penulis bisa mencapai tahap ini.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan serta nasihat yang membangun kepada penulis.
7. Teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan, doa dan nasihat kepada praktikan.

Penulis berharap Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi para mahasiswa UNJ yang kelak akan menyusun Karya Ilmiah serupa. Meskipun Penulis menyadari Karya Ilmiah ini masih jauh dari sempurna, sehingga Penulis berharap mendapatkan koreksi dari semua pihak. Demikian semoga Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat terutama untuk penulis sendiri dan bagi pembaca pada umumnya. Terima Kasih.

Jakarta, 27 Juli 2012

Penulis