

Faktor-faktor sistem interaksi yang mempengaruhi efektivitas iklan online pada populasi civitas akademika Universitas Indonesia

Ilham Aji Pratomo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=123772&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mengkhususkan pada efektivitas iklan online dengan memanfaatkan sudut pandang ilmu sistem interaksi atau lazim disebut human-computer interaction. Pendekatan yang dipergunakan dalam pengukuran efektivitas adalah jumlah klik. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor apa saja yang berkaitan dengan ilmu sistem interaksi yang mempengaruhi efektivitas 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 efektivitas iklan online sesuai dengan pendekatan jumlah klik yang diterapkan pada penelitian ini. Kata kunci: Efektivitas iklan, human-computer interaction, iklan online.