

Pengaruh publisitas terhadap intensi Mahasiswa FISIP UI menggunakan produk perusahaan PT. KRL Commuter Jabodetabek : studi pada pemberitaan media online tentang perubahan sistem pperasional KRL Commuter = Publicity influence towards FISIP UI's Students Intention to use the products of PT. KRL Commuter Jabodetabek : study on online media coverage on KRL Commuter operational system changes

Larasati Septani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20321683&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perusahaan yang mengeluarkan produk atau sistem baru pasti akan melakukan kegiatan publisitas. Salah satu tujuan dari publisitas ialah untuk menginformasikan kepada masyarakat bahwa perusahaan sedang mengeluarkan produk baru. Pada saat menginformasikan kepada masyarakat, tentu saja terdapat dampak yang positif dari kegiatan tersebut. Salah satu dampak positif yang terjadi adalah terdorongnya intensi masyarakat untuk menggunakan produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Publisitas Terhadap Intensi Mahasiswa FISIP UI Menggunakan Produk Perusahaan PT. KRL Commuter Jabodetabek.

Teori dan konsep yang digunakan, yaitu Marketing Public Relations (MPR), Publisitas, Intensi, dan Pengaruh Media. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan penarikan sampel purposif. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang kuat antara publisitas terhadap intensi Mahasiswa FISIP UI angkatan 2011 untuk menggunakan KRL Commuter.

ABSTRACT

The company issued a new product or system will definitely be doing publicity. one of the goals of publicity is to inform the public that the company was issued a new product. At the moment of informing the public, there is the positive impact of such activities. One of the positive impact that occurs people's intention to use these product. This research aims to determine the influence of publicity towards intention to UI's student to use the product of PT. KRL Commuter Jabodetabek Company.

This research theories and concepts are used, i.e Marketing Public Relations (MPR), Publicity, Media Influence, and intention. Use the quantitave approach and purposive sampling. The result of the research is there is a very strong influence from publicity towards the FISIP UI's Student intention to use the KRL Commuter.