

Tugas Akhir ini bertemakan “*Analisis Iklan di Media Elektronik dan Minat Beli Produk “Indomie Goreng” Pada Mahasiswa Departemen Ekonomika Dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada Tahun 2015*”. Tujuan dari Tugas Akhir ini yaitu untuk menganalisis tentang iklan yang ditayangkan melalui media elektronik terhadap minat beli mahasiswa Departemen Ekonomika Dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada pada produk Indomie goreng. Sebagai langkah untuk menganalisis iklan media elektronik terhadap minat beli peneliti melakukan penelitian yaitu dengan cara kuesioner yang disebarakan pada mahasiswa Departemen Ekonomika Dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada yang merupakan responden dari penelitian ini. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif karena penelitian dilakukan dengan kuesioner dan menggunakan beberapa data untuk mendukung hasil penelitian agar lebih maksimal. Jenis data penelitian ini adalah data kualitatif, dengan data yang disajikan dalam bentuk kata-kata yang mengandung makna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan Indomie goreng pada media elektronik tidak sepenuhnya mampu memberikan kesan kepada mahasiswa Departemen Ekonomika dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada untuk berminat membeli produk Indomie goreng. Pernyataan ini dapat dibuktikan dengan analisis yang telah dilakukan oleh penulis.

Kata kunci : Iklan, Minat beli.

*This final project with the theme "Analysis Of Electronic Media Advertising And Buy Products Interests "Indomie Goreng" On Student Department Vocational School Of Economics And Business Universitas Gadjah Mada 2015". The purpose of this final project is to determine the effect of ads served through the electronic media on buying interest students of the Department of Economics and Business Vocational School of Universitas Gadjah Mada in fried Indomie products. As a step to determine the effect of advertising on the electronic media buying interest of researchers conducting research that is by way of a questionnaire distributed to the students of the Department of Economics and Business Vocational School of Universitas Gadjah Mada which is the respondents of this study. This research is a descriptive study, because the study was conducted with questionnaires, and use some data to support research for more leverage. The type of data this study is qualitative data, with the data presented in the form of words that implies. The results showed that the electronic media advertising does not affect the buying interest in the students of the Department of Economics and Business Vocational School of Universitas Gadjah Mada. This statement can be proved by the analysis conducted by the authors. Based on the research that has been carried out advice that can be given by the author of the ad Indomie should be able to provide ad impressions more creative so as to bring more appeal to consumers to buy products Indomie.*

*Key word : Advertising, Buying interest*