

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

ABSTRAK

- (A) JESSLYN HERIKA GRACIA (915160095)
- (B) EFEKTIVITAS KAMPANYE AYO MINUM UNTUK SEHAT TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN LE MINERALE
- (C) xvi; 71; 30 tabel; 1 gambar; 1 lampiran
- (D) *PUBLIC RELATIONS*

Abstrak : Penelitian ini berjudul Efektivitas Kampanye Ayo Minum Untuk Sehat Terhadap Kepercayaan Konsumen Le Minerale. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas kampanye Ayo Minum Untuk Sehat terhadap kepercayaan konsumen Le Minerale. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 95 orang responden yang mengikuti kampanye Ayo Minum Untuk Sehat dengan menyebar kuesioner. Analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Normalitas, Uji Koefisien Korelasi, Uji Koefisien Determinasi, Uji Regresi Linear Sederhana, dan Uji T (Hipotesa). Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan efektivitas kampanye yang signifikan dan kuat terhadap kepercayaan konsumen.

Kata kunci : Efektivitas Kampanye, Kepercayaan Konsumen, Le Minerale

- (E) DAFTAR PUSTAKA 10 (2002-2013), 1 Jurnal, 5 Sumber Online

(F) (H.H. Daniel Tamburian, S.Sos, M.Si)