

**EFEKTIFITAS PROGRAM PUBLIKASI UNIQLO
TERHADAP SIKAP DAN MINAT *CUSTOMER*
MEMBELI PRODUK PAKAIAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

PUTRI ANINDA ROHMATUN

051703503125025

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2021

**EFEKTIFITAS PROGRAM PUBLIKASI UNIQLO
TERHADAP SIKAP DAN MINAT *CUSTOMER*
MEMBELI PRODUK PAKAIAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

PUTRI ANINDA ROHMATUN

051703503125025

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2021

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Putri Aninda Rohmatun

NIM : 051703503125025

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Humas

“Efektifitas Program Publikasi Uniqlo terhadap Sikap dan Minat *Customer* Membeli Produk Pakaian.”

Jumlah Halaman : xv + 81 halaman + 3 lampiran

Bibliografi : 26 buku, 3 jurnal, 1 internet

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar efektifitas publikasi terhadap Sikap dan Minat *Customer* Membeli Produk pakaian.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Inokulasi, Pada Teori Inokulasi ini menjelaskan bahwa manusia di dalam melakukan kehidupan selalu diposisikan dengan informasi yang dapat mempersuasi seperti persuasi yang dilakukan oleh uniqlo sehingga bisa mengubah dan memengaruhi sikap dan minat *customer* dalam membeli produk.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini positivistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, sifat penelitian eksplanatif, jumlah sampel 215. Analisis data menggunakan Korelasi, Regresi Linier Berganda, Determinasi, Uji T dan Uji f.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa program publikasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap sikap dan minat *customer* membeli produk pakaian.

Faktor yang paling dominan yang berpengaruh publikasi terhadap sikap dan minat dalam *customer* membeli produk pakaian yaitu adalah program publikasi promosi yang dilakukan oleh uniqlo.

Kata kunci : **Publikasi, Sikap, Minat**

Pembimbing I : Dr. Radita Gora Tayibnapi, MM

Pembimbing II : Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom

FACULTY SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

Name : Putri Aninda Rohmatun
NIM : 051703503125025
STUDY PROGRAM : Communication Studies
REQUIREMENT : Public Relation

Effectiveness of Uniqlo Publication Programs on Customer Attitudes and Interests in Buying Clothing Products.

Number of Pages : xv + 81 Pages + 3 Attachments

Bibliography : 26 books, 3 Journal, 1 internet

ABSTRACT

This study aims to see how much the effectiveness of publications on the Attitudes and Interests of Customers in Buying Clothing Products.

The theory used in this study is the Inoculation Theory, In this Inoculation Theory explains that humans in carrying out life are always positioned with persuasive information such as persuasion by Uniqlo so that they can change and influence customer attitudes and interests in buying products.

The paradigm used in this study is positivistic. This study uses a quantitative approach with survey methods, the nature of the research is explanatory, the number of samples is 215. Data analysis uses correlation, multiple linear regression, determination, t test and f test.

The results of this study indicate that the publication program has a significant positive effect on customer attitudes and interest in buying clothing products.

The most dominant factor that influences publications on attitudes and interest in customers buying clothing products is the promotional publication program conducted by Uniqlo.

Keyword : *Publications, Attitudes, Interests*

Advisor I : *Dr. Radita Gora Tayibnapi, MM*

Advisor II : *Risqi Inayah Dwijayanti, MIKom*