

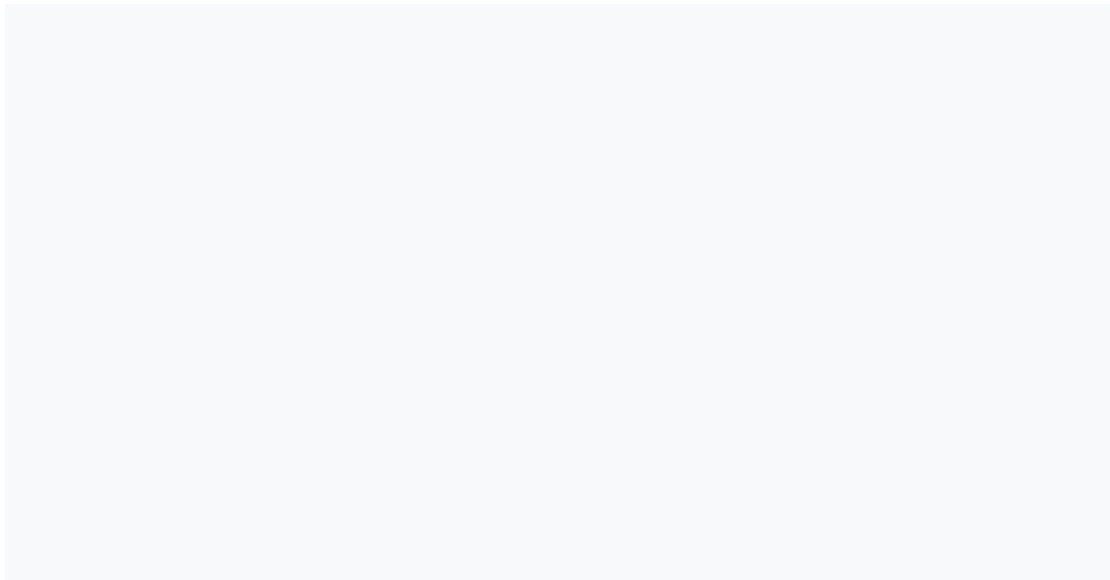
**PENGARUH MEDIA PERIKLANAN *THROUGH THE LINE*
TERHADAP MINAT KULIAH MAHASISWA
STIE GENTARAS BANDAR LAMPUNG**

**JORDAN
2018112124**

ABSTRAK

Saat ini periklanan merupakan salah satu strategi yang banyak digunakan lembaga perguruan tinggi dalam promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh media periklanan *Through The Line* terhadap minat kuliah mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan cara mengumpulkan data berbentuk kuesioner menggunakan *Google Form* yang dibagikan pada responden dengan metode skala Likert. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Purposive Sampling*. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial (uji t) diperoleh t_{hitung} variabel *Through The Line* sebesar $2,326 > t_{tabel} 1,972$ yang artinya terdapat Pengaruh *Through The Line* Terhadap Minat Kuliah Mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung dan hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,027 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel *Through The Line* terhadap variabel Minat Kuliah Mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung sebesar 2,7% dan sisanya 97,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Through The Line*, Minat Kuliah



**THE INFLUENCE OF THROUGH THE LINE
MEDIA ADVERTISING ON INTEREST IN COLLEGE
STIE GENTARAS BANDAR LAMPUNG**

**JORDAN
2018112124**

ABSTRACT

Currently, advertising is one of the strategies that are widely used by higher education institutions in promotion. This study aims to determine how the influence of Through The Line media advertising on interest in college STIE GENTARAS Bandar Lampung. The method used in this study is a quantitative method by collecting data in the form of a questionnaire using a google form which is distributed to respondents using a Likert scale method. The sampling technique used in this research is Purposive Sampling. Based on the results of the partial study (t test) it was obtained that the Through The Line variable t_{count} was $2,326 > t_{table} 1,972$, which means that there are the influence of Through The Line media advertising on interest in college STIE GENTARAS Bandar Lampung and the results of the coefficient of determination test (R^2) is 0.027 which indicates that the influence of the Through The Line variable on the variable of interest in college is 2.7% and the remaining 97.3% is influenced by other variables not examined in this study.

Keyword : Through The Line, interest in college