

## مستخلص البحث

فمبودي , كرنبيوان النجغول. 2014. البحث العلميز الموضوع "تحليل العوامل على التشكيل علا مة الوعية: الأعلان (دراسة حالة على الأعلان توف قافي في الجامعة مولانا مالك ابراهيم الحكومية الإسلامية مالانج)

المشرف : الحاج الدكتور نور اسنوي المحسّر  
كلمة الرئيسة : الإعلان, علا مة الوعية

الترويج بوسائل الإعلان هو الفعالية ، لأنه يستخدم منخفضة التكلفة، و لها قوة الإقناع القوية لاكتساب والوعي علا مة الوعية. وبالتالي فإن أعلى مبيعات المنتجات القهوة. وكان الغرض من هذه الدراسة (أ) معرفة العوامل المنتجات في تشكيل الوعي علا مة الوعية العوامل توف قافي (ب) معرفة العوامل أكثر المهيمنة في تشكيل الوعي بالعلامة التجارية المنتجات توف قافي (نتيجة نقطة أ) .

أن موقع الدراسة في جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج على الطلاب في مرحلة الثالثة من الستة كليات و عشرون الإدارات بعدد الذي يحصل إلى 7.141 الطلاب. واستخدم الباحث الأدوات البحث هي صلاحية واختبار الموثوقية، و تحليل العوامل . و هذا البحث يستعمل بشكل الإعلان، والشعار ، وإعلان مجير المشاهير ووسائل الإعلام والإعلانات، وفعالية الدعاية والإعلان تصور وتصميم هوية العلامة التجارية، و الإعلانات التلفزيونية و تيرة الإعلان.

ونتيجة هذا البحث تدل على نتيجة التناوب من خلال طريقة التحليل العاملي من المشاركين خلصوا إلى أن 9 المتغيرات يمكن خفضها الى سبعة عوامل : فعالية الإعلانات ذات قيمة 33.032 % ; الرسائل الإعلانية من 8.001 % ; المشاهير مجير من 6.473 % ; الإعلانات التلفزيونية من 4.728 % ; الإعلان التصور من 4.305 % ; تردد إعلان من 4.229 % ; و المعيار المشاهير مجير من 3.480 % . العوامل الأبرز في تشكل أعلى الوعي علا مة الوعية توف قافي من المنتجات هي فعالية الإعلانات.