

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul sikap terhadap iklan Yamaha dengan bintang iklan selebriti dan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berumur diatas 17 tahun dan berdomisili didesa Condong Catur, kecamatan Depok, kabupaten Sleman. Tujuan penelitian ini adalah untuk menetapkan sikap konsumen terhadap iklan Yamaha dan menetapkan seberapa besar pengaruh dari variabelnya dan menetapkan variabel mana (keahlian, daya tarik dan kepercayaan dari bintang iklan Yamaha) yang paling berpengaruh terhadap minat beli. Penelitian ini menggunakan analisa Martin Fishbein dan analisa Regresi Linier Berganda.

Diperoleh hasil dari analisis deskriptif bahwa mayoritas responden menjawab tidak setuju untuk variabel keahlian dan kepercayaan, kemudian mayoritas responden menjawab setuju untuk variabel daya tarik. Dari analisis inferensial diperoleh hasil bahwa sikap konsumen terhadap iklan Yamaha berada pada tingkat sedang. Dari analisa regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa secara bersama-sama variabel kredibilitas selebriti (keahlian, daya tarik dan kepercayaan) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen sebesar 40,4 %. Dari pengujian terhadap masing-masing variabel diperoleh hasil bahwa variabel keahlian mempunyai pengaruh yang signifikan, variabel daya tarik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang paling signifikan terhadap minat beli konsumen.