

ABSTRAK

Salah satu langkah yang bisa ditempuh oleh perusahaan dalam mengkomunikasikan perbedaan produknya dalam rangka membentuk posisi dalam benak konsumen adalah dengan cara pengiklanan. Pengiklanan merupakan bentuk promosi yang bertujuan dan mempunyai pengaruh terhadap konsumen secara global. Namun, disisi lain iklan membutuhkan dana yang tidak sedikit.

Penelitian dilakukan pada penduduk kelurahan Condong Catur, kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai populasi, dan menentukan sampel sebanyak 100. Dengan membagikan kuesionair yang diuji validitas dan reabilitasnya pada responden. Kemudian untuk mengukur pengaruhnya terhadap minat beli, data yang di dapat tersebut di analisa dengan menggunakan alat analisis regresi sederhana dan regresi berganda.

Setelah diadakan penelitian, dapat disimpulkan bahwa bintang iklan secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli konsumen Yamaha. Dan diantara keempat faktor yang ada pada bintang iklan tersebut ada salah satu faktor yang paling dominan, yaitu faktor ketertarikan terhadap bintang iklan Yamaha.

Kata Kunci : Bintang iklan; ketertarikan; kepercayaan; keahlian; citra; dan minat beli konsumen.