

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Sabun Cair Sunlight Di Kecamatan Turi Setelah Melihat Iklan Di Televisi Dengan Menggunakan Selebritis Sebagai Endorsers”, yang meneliti tentang bagaimana minat konsumen dalam membeli sabun cair Sunlight dipengaruhi oleh variabel sikap (Ab) yang meliputi dimensi kualitas produk, selebritis, dan tema iklan serta dipengaruhi oleh norma subjektif (SN) yang meliputi referen keluarga, tetangga, dan selebritis. Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dalam hal ini adalah responden yang pernah melihat iklan sabun cair Sunlight di televisi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah sikap (Ab) dan norma subjektif (SN) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli sabun cair Sunlight oleh konsumen. Hipotesis diuji melalui Analisis Sikap, Norma Subjektif, dan Analisis Minat berdasarkan *theory of reasoned action* yang dikemukakan oleh Fishbein, serta analisis regresi dan koefisien determinan yang dikuatkan dengan uji-t dan uji-F pada taraf signifikansi (α) 5%.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa minat beli konsumen terhadap sabun cair Sunlight di Kecamatan Turi adalah positif. Selain itu sikap (Ab) dan norma subjektif (SN) baik secara individual ataupun bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dalam membentuk minat konsumen dalam membeli sabun cair Sunlight.

