

ANALISIS PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN ENDORSER TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN VASELINE DENGAN KESADARAN MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(SURVEI PADA MAHASISWA S1 MANAJEMEN UPN “VETERAN”
YOGYAKARTA)

Oleh :
AJI HARDIANTO
141150484

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
ajihardianto14@gmail.com

ABSTRAK

Iklan Televisi dan Endorser merupakan salah dua faktor yang dapat memengaruhi kesadaran merek. Iklan Televisi dan Endorser yang menarik akan selalu diingat konsumen dan menumbuhkan kesadaran merek. Kesadaran Merek yang kuat di benak konsumen akan menimbulkan familiaritas yang tinggi yang pada akhirnya akan menimbulkan Keputusan Pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh Iklan Televisi dan Endorser dalam membentuk Kesadaran Merek dan Keputusan Pembelian dari produk Vaseline. Jenis penelitian adalah explanatory research. Sampel 100 orang responden merupakan mahasiswa Manajemen UPN “Veteran” Yogyakarta yang pernah melihat iklan Vaseline. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan adalah deskriptif dan path analysis. Hasil penelitian menunjukkan Iklan Televisi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Vaseline. Endorser berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Vaseline. Iklan Televisi melalui Kesadaran Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Vaseline. Endorser melalui Kesadaran Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Vaseline.

Kata Kunci : Iklan Televisi, Endorser, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian