

**ANALISIS PENGARUH ETIKA IKLAN DI TELEVISI, SIKAP
KONSUMEN, CITRA DAN MEREK PRODUK TERHADAP MINAT
PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK WARDAH KOSMETIK**

(Survei pada konsumen wardah kosmetik di Sleman, Yogyakarta)

ENNY PRATIWIE

NPM : 14110208

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi & Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

Enny.pratiwie@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis : 1) Pengaruh positif dan signifikan etika iklan di televisi terhadap minat pembelian konsumen, 2) Pengaruh positif dan signifikan sikap konsumen terhadap minat pembelian konsumen, 3) Pengaruh positif dan signifikan citra perusahaan terhadap minat pembelian konsumen, 4) Pengaruh positif dan signifikan merek produk terhadap minat pembelian konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen wanita berusia 17-40 tahun yang pernah melihat iklan wardah kosmetik di stasiun televisi RCTI, TransTv, Trans7 di Sleman Yogyakarta. Dari populasi ini akan ditarik sampel yang digunakan dalam penelitian sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Etika iklan di televisi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian konsumen, 2) Sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian konsumen, 3) Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian konsumen, 4) Merek produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian konsumen.

Kata Kunci : Etika Iklan Di Televisi, Sikap Konsumen, Citra Perusahaan, Merek Produk, dan Minat Pembelian Konsumen.