

ABSTRAKSI

Bayu Indra Pratama, Nomor Induk Mahasiswa 151210069, Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian Pengaruh Iklan Aqua versi *Tagline* AdaAQUA Dalam Pembentukan *Brand Image* yang Berdampak pada Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Aktif Angkatan 2009-2015 Jurusan Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta). Dosen Pembimbing I: Dr. Sigit Haryono, S.Sos, M.Si. dan Dosen Pembimbing II: Sauptika Kancana, S.S, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Iklan Aqua versi *tagline* AdaAQUA dalam pembentukan *Brand Image* yang berdampak pada Keputusan Pembelian. Jenis penelitian ini adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan ukuran sampel sebanyak 84 responden yang terdiri dari mahasiswa aktif angkatan 2009-2015 jurusan Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta dengan asumsi semua mahasiswa pernah melihat iklan Aqua versi *tagline* AdaAQUA di televisi. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*Path Analysis*).

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan variabel Iklan terhadap variabel *Brand Image* sebesar 0,738 serta terdapat pengaruh signifikan variabel *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,438 dan terdapat pengaruh signifikan variabel Iklan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,602. Adapun pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* sebesar 0,323. Pengaruh yang paling besar yaitu pada variabel Iklan terhadap *Brand Image*.

Kata Kunci: *Iklan, Brand Image, Keputusan Pembelian*