

ABSTRAKSI

SAFIK BUDI PRASETYO. Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Association*, *Brand Personality*, Dan *Product Characteristics* Dalam Menciptakan Intensi Pembelian (Studi Pada Iklan Sepeda Motor Yamaha Mio J Versi Girlband JKT48 Di Condong Catur, Sleman, Yogyakarta). (Dibimbing oleh Dra. Sri Kussujaniatun, M.Si dan Titik Kusmantini, SE, M.Si).

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Menganalisis pengaruh *celebrity endorser*, *brand association*, *brand personality*, dan *product characteristics* secara bersama-sama terhadap intensi pembelian konsumen; (2) Menganalisis pengaruh *celebrity endorser*, *brand association*, *brand personality*, dan *product characteristics* secara parsial terhadap intensi pembelian konsumen.

Penelitian dilakukan pada pemirsa bertempat tinggal di daerah Condong Catur, Sleman, D.I Yogyakarta, pernah melihat iklan Yamaha Mio J sebanyak tiga kali, dan pernah melihat iklan Yamaha Mio J selama kurun waktu tiga bulan terakhir. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

Hasil analisis regresi linier berganda diketahui bahwa pengaruh *celebrity endorser*, *brand association*, *brand personality*, dan *product characteristics* secara bersama-sama terhadap intensi pembelian diperoleh F_{hitung} sebesar 11,492 pada tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan (df) 4 ; 94 maka diperoleh F_{tabel} sebesar 2,47 yang berarti signifikan. Secara parsial, variabel *celebrity endorser* mempunyai t_{hitung} sebesar 2,227 dengan tingkat signifikan (α) = 0,05 maka t_{tabel} = 1,66 yang berarti berpengaruh signifikan. Variabel *brand association* mempunyai t_{hitung} sebesar 3,071 dengan tingkat signifikan (α) = 0,05 maka t_{tabel} = 1,66 yang berarti berpengaruh signifikan. Variabel *brand personality* mempunyai t_{hitung} sebesar 0,777 dengan tingkat signifikan (α) = 0,05 maka t_{tabel} = 1,66 yang berarti tidak berpengaruh signifikan. Variabel *product characteristics* mempunyai t_{hitung} sebesar 2,885 dengan tingkat signifikan (α) = 0,05 maka t_{tabel} = 1,66 yang berarti berpengaruh signifikan.

Kata kunci: *celebrity endorser*, *brand association*, *brand personality*, *product characteristics*, intensi pembelian.