

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh iklan, produk dan *celebrity endorser* melalui sikap konsumen terhadap minat beli konsumen studi kasus iklan antangin pada media televisi di kota Semarang. Pembahasan tentang pentingnya iklan, produk, *celebrity endorser*, sikap konsumen dan minat beli konsumen telah banyak didiskusikan di beberapa kajian pustaka. Meskipun banyak sekali faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen, penelitian ini hanya membahas tentang keberadaan iklan, produk, *celebrity endorser*, sikap konsumen sebagai penentu minat beli konsumen. Data diperoleh 96 responden dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan *SPSS 16 for windows* menunjukkan bahwa minat beli konsumen dapat meningkat dengan memperhatikan iklan, produk dan *celebrity endorser* melalui sikap konsumen. Iklan, produk dan *celebrity endorser* melalui sikap konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of advertising, product and celebrity endorser through consumer attitudes towards consumer buying interest Antangin advertising case studies on the television media in the city of Semarang. A discussion of the importance of advertising, product, celebrity endorser, consumer attitudes and consumer buying interest has been widely discussed in some literature review. Although a lot of other factors that influence consumer buying interest, this study only discusses the existence of any advertising, products, celebrity endorser, consumer attitudes as determinants of consumers to buy. Data obtained 96 respondents using a questionnaire. Data analysis using SPSS 16 for windows shows that consumers buying interest can be increased by paying attention to advertising, product and celebrity endorser through consumer attitudes. Advertising, products and celebrity endorser through consumer attitudes have a positive and significant impact on consumer buying interest.

INTISARI

Penelitian ini membahas upaya peran antangin dalam meningkatkan minat beli dengan iklan, produk, *celebrity endorser* dan sikap konsumen. Pada dasarnya iklan adalah suatu karya yang didanai produsen, yang memperkenalkan suatu produk yang ditayangkan melalui media massa seperti televisi. Sedangkan produk adalah barang yang di buat oleh produsen yang diperjual-belikan untuk konsumen, agar konsumen mengkonsumsi. Sedangkan *celebrity endorser* adalah aktor/aktris yang berpengaruh dalam menarik konsumen. Sedangkan sikap konsumen adalah ekspresi yang dikeluarkan dari dalam diri konsumen baik itu suka atau tidak suka, senang atau tidak senang, setelah mendengar, melihat dan menerima barang. Dan minat beli konsumen adalah konsumen memiliki niat terhadap suatu barang atau produk yang akan dibeli konsumen, sebelum terjadi pembelian biasanya konsumen akan memberikan keputusan pembelian terhadap barang yang ia beli. Berdasarkan pada kajian teori yang mendalam dan kritis, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana meningkatkan sikap dan minat beli konsumen pada produk Antangin”. Obyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah melihat iklan antangin pada media televisi di kota Semarang. Metode penarikan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan kriteria minimal sudah usia 17 tahun. Kuesioner kemudian dibagikan kepada 96 responden, pada akhir waktu penelitian 96 kuesioner bisa di analisis. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan SPSS 16 dan hasil analisis menunjukkan minat beli konsumen dipengaruhi iklan, produk, *celebrity endorser* dan sikap konsumen. Sedangkan sikap konsumen dipengaruhi oleh iklan, produk dan *celebrity endorser*.