

ABSTRAK

PENGARUH SLOGAN DAN BINTANG IKLAN JAMU TOLAK ANGIN TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG KONSUMEN

Studi Kasus pada Kelurahan Baciro, Gondokusuman, Yogyakarta

Yohanes Ari Kurniawan
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2008

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1). Pengaruh secara parsial slogan dan bintang iklan Jamu Tolak Angin terhadap minat pembelian ulang konsumen, 2). Pengaruh secara simultan slogan dan bintang iklan Jamu Tolak Angin terhadap minat pembelian ulang konsumen.

Penelitian ini adalah sebuah studi kasus pada masyarakat Kelurahan Baciro, Gondokusuman, Yogyakarta, yang dilakukan pada bulan September 2007. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Baciro, Gondokusuman, Yogyakarta yang pernah melihat iklan jamu Tolak Angin di televisi dan pernah menggunakan produk tersebut. Sampel yang diteliti sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa : 1). Terdapat pengaruh positif secara parsial slogan dan bintang iklan terhadap minat pembelian ulang konsumen, 2). Terdapat pengaruh secara simultan slogan dan bintang iklan terhadap minat pembelian ulang konsumen. Kedua variabel slogan dan bintang iklan ini hanya menjelaskan 29,8% dari minat pembelian ulang konsumen, sedangkan 70,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

ABSTRACT

THE EFFECT OF ADVERTISEMENT SLOGAN AND STARS OF TOLAK ANGIN *JAMU* ON THE CUSTOMERS INTENTION TO REPURCHASE

A Case Study conducted at Baciro, Gondokusuman, Yogyakarta

Yohanes Ari Kurniawan
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2008

The aims of this research were to know : 1). The partial effect of advertisement slogan and stars of Tolak Angin *jamu* on repurchase intention of customers, 2). The simultaneous effect of advertisement slogan and stars of Tolak Angin *jamu* on repurchase intention of customers.

This research was a case study on society at Baciro, Gondokusuman, Yogyakarta was conducted in September 2007. The data were collected by distributing questionnaires to respondents. Population of this research was the society at Baciro, Gondokusuman, Yogyakarta, who had watched the advertisement of Tolak Angin *jamu* on television and who had used the product. The samples were 100 respondents. The data analysis techniques used in this research were multiple linier regression, t-test and F-test.

The results of the data analysis showed that : 1). There was partial positive effect of the advertisement slogan and stars on customers repurchase intention, 2). There was simultan positive effect of the advertisement slogan and stars to on customers repurchase intention. Variables of advertisement slogan and stars explained 29,8% of the customers repurchasing intention, while the remaining 70,2% of the intention to repurchase was influenced by other variables.