

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH SIKAP TERHADAP IKLAN DAN SIKAP TERHADAP MEREK TERHADAP PILIHAN MEREK**

**Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Sanata Dhama Yogyakarta**

**EDITHA DIKA OKTAVIANTI  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA  
2005**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah sikap terhadap iklan dan sikap terhadap merek mempengaruhi pilihan merek pada mahasiswa ekonomi Universitas Sanata Dhama Yogyakarta. Kuesioner dibagikan kepada 70 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana dan regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) sikap terhadap iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pilihan merek; 2) sikap terhadap merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap pilihan merek; dan 3) kedua variabel penelitian secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pilihan merek.

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF ATTITUDE TOWARD ADVERTISEMENT AND ATTITUDE TOWARD BRAND ON BRAND CHOICE**

**Case Study On Economic Students Of Sanata Dharma University**

**EDITHA DIKA OKTAVIANTI  
SANATA DHARMA UNIVERSITY  
YOGYAKARTA  
2005**

The objective of this research is to examine the effect of attitude toward advertisement and attitude toward brand on brand choice on economic student of Sanata Dharma University Yogyakarta. Questionnaires were given to 70 respondents. The data analysis technique are simple linear regression and multiple linear regression.

The result shows that 1)attitude toward advertisement positively and significantly influences brand choice, 2) attitude toward brand positively and significantly influences brand choice, and 3) both of variables stimulatingly influences brand choice.