

ABSTRAK
**“PENGARUH CITRA ENDORSER DALAM IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN”**

Studi Kasus pada Konsumen POND’S *White BeautyTM UV Protection Cream*
versi Bunga Citra Lestari di Kota Yogyakarta

Dian Kristanti
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2010

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi tentang citra *endorser* dalam iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam penggunaan produk POND’S *White BeautyTM UV Protection Cream*. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret-April 2010 di Kota Yogyakarta. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang telah melihat iklan POND’S *White BeautyTM UV Protection Cream* yang dibintangi oleh Bunga Citra Lestari dan konsumen yang telah menggunakan produk POND’S *White BeautyTM UV Protection Cream*. Sampel penelitian ini sejumlah 100 orang responden di kecamatan-kecamatan di Kota Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental sampling* yaitu teknik sampling yang dilakukan apabila pemilihan anggota sampelnya dilakukan terhadap orang atau benda yang kebetulan ada atau dijumpai. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra *endorser* dalam iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk POND’S *White BeautyTM UV Protection Cream*. Bentuk pengaruh yang ditemukan positif artinya jika persepsi citra *endorser* dalam iklan meningkat maka pengetahuan dan keyakinan konsumen akan produk POND’S *White BeautyTM UV Protection Cream* juga meningkat.

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF ENDORSER IMAGE IN ADVERTISEMENT ON
CONSUMER PURCHASE DECISION

A Case Study on POND'S White Beauty™ UV Protection Cream Advertisement
Bunga Citra Lestari version in Yogyakarta

Dian Kristanti
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2010

The research has a purpose to know the influence of consumers on endorser image in advertisement on purchase decision of POND'S White Beauty™ UV Protection Cream. This research was conducted in March to April, 2010 in Yogyakarta. This research population is consumers who had seen POND'S White Beauty™ UV Protection Cream advertisement Bunga Citra Lestari version and who had used POND'S White Beauty™ UV Protection Cream product. The research sample were 100 respondents. The sample technique used was accidental sampling. The data were collected via questionnaires. The technique analysis of the data was simple linier regresion analysis and t-test. The results of the research show that endorser image in advertisement positively influences consumers purchase decision of POND'S White Beauty™ UV Protection Cream product.