

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH SIKAP MAHASISWA TERHADAP IKLAN PADA SIKAP TERHADAP PRODUK DAN MINAT BELI**

#### **Studi Empiris Atas *Hand & Body Lotion* Citra**

**Agustina Deka Arianti  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2010**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap mahasiswa terhadap iklan dan sikap terhadap produk *Hand & Body Lotion* Citra serta untuk mengetahui apakah ada perbedaan sikap mahasiswa terhadap iklan dan sikap terhadap produk *Hand & Body Lotion* Citra dilihat dari status ekonomi, apakah sikap mahasiswa berpengaruh positif pada sikap terhadap produk dan juga untuk mengetahui apakah sikap mahasiswa terhadap produk *Hand & body Lotion* Citra berpengaruh terhadap minat beli.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner. Penelitian ini dilakukan di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, dengan jumlah responden yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Anova Satu Arah dan Analisis Regresi Linear Sederhana.

Dari hasil diketahui bahwa sikap mahasiswa terhadap iklan dan sikap terhadap produk *Hand & Body Lotion* Citra adalah baik. Ada perbedaan sikap mahasiswa terhadap iklan dan sikap terhadap produk *Hand & Body Lotion* Citra jika dilihat dari status ekonomi responden. Sedangkan sikap mahasiswa terhadap iklan *Hand & Body Lotion* Citra berpengaruh positif pada sikap terhadap produk, selanjutnya sikap mahasiswa terhadap produk *Hand & Body Lotion* Citra berpengaruh positif pada minat beli.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF STUDENT' ATTITUDE TOWARDS ADVERTISEMENT UPON THE ATTITUDE TOWARDS PRODUCTS AND PURCHASE INTENTION**

**An Empirical study upon Citra *Hand & body Lotion***

**Agustina deka arianti  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2010**

This research is aimed at knowing how students' attitude towards advertisement and attitude towards the product of Citra *Hand & Body Lotion* and to know whether there is attitude difference towards advertisements and attitude towards the product of Citra *Hand & Body lotion*, viewed from respondents' economic status, whether the attitude has positive influence upon attitude towards the product and also knowing whether students' attitude towards the product of Citra *Hand & Body Lotion* influences purchase intention.

Data collection method employed in this research is questionnaire method. This research was conducted in Sanata Dharma University Yogyakarta, with 100 respondents. The sample collection technique is *Purposive Sampling*. Data analysis technique used is *One-Way Anova Analysis* and *Simple Linear Regression Analysis*.

Result shows that students' attitude towards the advertisements and students' attitude towards the product of Citra *Hand & Body Lotion* are good. There is a difference in attitude towards advertisements and attitude towards the product of Citra *Hand & Body lotion* if viewed from the respondents' economic status. While students' attitude towards the advertisements of Citra *Hand & Body Lotion* has positive influence upon the attitude towards the products, then students' attitude towards products of Citra *Hand & Body Lotion* has positive influence upon the purchase intention.