

**ABSTRAK**

**PENGARUH SIKAP TERHADAP IKLAN TV PADA MINAT BELI  
KONSUMEN UNTUK PRODUK DENGAN KETERLIBATAN TINGGI  
DAN RENDAH**

Paula Febriana Primadian  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2012

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel sikap terhadap iklan TV secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli konsumen akan *low involvement product* dan *high involvement product*.

Penelitian ini dilakukan dengan produk iklan sabun mandi LUX dan iklan produk *handphone* Nokia. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel bebas yaitu sikap iklan TV terhadap variabel terikat yaitu minat beli konsumen akan *low involvement product* dan *high involvement product*.

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF ATTITUDE TOWARDS TELEVISION  
ADVERTISEMENT ON CONSUMER BUYING INTEREST FOR HIGH  
INVOLVEMENT AND LOW INVOLVEMENT PRODUCTS**

Paula Febriana Primadian  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2012

The research was aimed at finding out the influence of attitude toward television advertisement on consumer buying interest for low involvement product and high involvement products.

The research objects were lux body soap and nokia handphone product TV advertisements. Data were collected by disseminating questionnaires, while data analysis technique used was simple regression analysis.

Results found that there was a significant influence of attitude towards television advertisement on consumer buying interest for low involvement and high involvement products.