

**ABSTRAK**

**PENGARUH SIKAP KONSUMEN TERHADAP IKLAN YAMAHA  
DENGAN JORGE LORENZO SEBAGAI *ENDORSER* PADA SIKAP  
KONSUMEN TERHADAP PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA**

Andreas Cahyo Kristianto  
Progran Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2012

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pengaruh atribut endorser yaitu *visibility*, *attractiveness*, *credibility*, dan *power* pada sikap konsumen terhadap iklan sepeda motor Yamaha. (2) mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap iklan pada sikap konsumen terhadap produk sepeda motor Yamaha.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November-Desember 2011 di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik kuisisioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Sanata Dharma. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobabilitas, purposive sampling*. Dengan menggunakan teknik sampling di atas didapatkan 100 responden yang pernah melihat iklan Yamaha dengan Jorge Lorenzo sebagai bintang iklan serta memiliki pengalaman mengendarai sepeda motor Yamaha. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terhadap iklan mampu memberikan pengaruh pada sikap terhadap produk sepeda motor Yamaha. Atribut *credibility* atau kredibilitas dari *endorser* merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan dengan atribut lainnya (*visibility*, *attractiveness*, dan *power* yang dimiliki *endorser*) pada sikap terhadap iklan sepeda motor Yamaha.

Kata kunci: iklan, *endorser*, atribut *endorser*, sikap.

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF CONSUMERS' ATTITUDES TOWARD YAMAHA  
ADVERTISEMENT WITH JORGE LORENZO AS ITS ENDORSER ON  
THE CONSUMERS' ATTITUDE TOWARD YAMAHA MOTORCYCLE  
PRODUCT**

Andreas Cahyo Kristianto  
Economy Management Faculty  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2012

This research aims to (1) determine the influence of endorser attributes; visibility, attractiveness, credibility, and power on consumers' attitudes toward Yamaha motorcycle advertisement. (2) determine the influence of consumers' attitudes toward Yamaha's advertisement on consumers' attitudes toward Yamaha motorcycle product.

The research was conducted from November to December 2011 in Sanata Dharma University, Yogyakarta. The data were collected by questionnaire. Population of this research was all students in Sanata Dharma University. Sampling techniques employed was nonprobability technique, purposive sampling. The sample consisted of 100 respondents who had seen Yamaha's advertisement with Jorge Lorenzo as the endorser, as well as having the experience of riding a Yamaha motorcycle. Data analysis technique utilized were multiple linear regression analysis and simple linear regression analysis.

The results of this research show that attitude toward Yamaha motorcycle advertisement influence the attitude toward Yamaha motorcycle product. Credibility of the endorser is the factor that has the most dominant effect to compare to other attributes (visibility, attractiveness, and power held endorser) on attitudes toward Yamaha motorcycle advertisement.

Key words: advertisement, endorser, consumer attitude.