

## ABSTRAK

**Pengaruh Penggunaan Tokoh Kartun sebagai *Spokes Person*  
terhadap Keputusan Pembelian  
Studi Kasus SD Kanisius Demangan Baru Yogyakarta**

Yohanes Nyoman Sudarsana  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2007

Tujuan penelitian ini adalah untuk 1) Mengetahui tanggapan konsumen terhadap pemakaian tokoh kartun sebagai *Spokes Person*. 2) Mengetahui pengaruh pemakaian tokoh kartun sebagai *Spokes Person* terhadap keputusan pembelian dan 3) Mengetahui perbedaan tanggapan konsumen pada pemakaian tokoh kartun sebagai *Spokes Person* terhadap keputusan pembelian berdasarkan jenis kelamin, umur dan tingkat pendidikan.

Untuk memperoleh data yang diperlukan, penelitian ini menggunakan metode wawancara dan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Persentase, Analisis *Aritmathic Mean*, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis *Independent T-test* dan Analisis *Variance (One Way Anova)* dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0.05$

Hasil penelitian menunjukkan: 1) Adanya tanggapan positif dari konsumen terhadap pemakaian tokoh kartun sebagai *Spokes Person*. 2) Adanya pengaruh positif pemakaian tokoh kartun sebagai *Spokes Person* terhadap keputusan pembelian. 3) Adanya perbedaan tanggapan konsumen pada pemakaian tokoh kartun sebagai *Spokes Person* terhadap keputusan pembelian berdasarkan jenis kelamin, umur dan tingkat pendidikan.

## ABSTRACT

### **The Effect of Using Cartoon Character as *Spokes Person* to Buying Decision A Case Study at Kanisius Elementry School, Demangan Baru, Yogyakarta**

Yohanes Nyoman Sudarsana  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2007

The purpose of this study were to know 1) The consumer's responses on the use of cartoon character as Spokes Person; 2) The effect of using cartoon character as Spokes Person to buying decision; 3) Different consumer's on the use of cartoon character as Spokes Person to buying decision based on the sex, age and educational level.

Data were collected using interview and questionnaire method. Technique of taking sample was convenience sampling. Techniques of data analysis were Analysis of Percentage, Analysis of Arithmetic Mean, Analysis of Multiple Linear Regression, Analysis of Independent T-test and Analysis of Variance (One Way Anova) by significance level  $\alpha = 0.05$

The research found that: 1) There were positive responses of the consumer's on the use of cartoon character as Spokes Person. 2) There were positive effect on the use of cartoon character as Spokes Person to buying decision. 3) There were differences in responses of consumer's on the use of cartoon character as Spokes Person to buying decision based on sex, age and educational level.