

**ABSTRAK**

**Pengaruh Sikap Terhadap Iklan, Sikap Terhadap Produk,  
Dan Karakteristik Konsumen Pada Minat Beli  
Mobil LCGC (*Low Cost Green Car*)**

Fari Rosa Sylviani Fauzi  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2015

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti *Pengaruh Sikap Terhadap Iklan, Sikap Terhadap Produk, Dan Karakteristik Komsumen Pada Minat Beli Mobil LCGC (Low Cost Green Car)* calon konsumen yang telah melihat iklan tentang produk LCGC dan akan membeli produk tersebut yang berada di Kota Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus solvin dan pengambilannya dengan teknik *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi berganda dan uji beda. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa: 1) Tidak terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap mobil LCGC yang pendapatannya rendah maupun konsumen yang pendapatannya tinggi. 2) Tidak terdapat perbedaan konsumen yang membeli mobil LCGC sebagai mobil pertama maupun konsumen yang membeli mobil LCGC sebagai mobil kedua. 3) Sikap terhadap Iklan LCGC berpengaruh positif pada minat beli. 4) Sikap terhadap produk LCGC berpengaruh positif pada minat beli.

Kata Kunci: Sikap, Produk, Iklan, dan Minat Beli.

**ABSTRACT**

**INFLUENCE OF ATTITUDE TOWARD ADVERTISEMENT, ATTITUDE TOWARD PRODUCT, AND CONSUMER CHARACTERISTICS TOWARD LCGC (*Low Cost Green Car*) BUYING INTEREST**

Fari Rosa Sylviani Fauzi  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2015

The aim of this research is to observe the Influence of Attitude toward Advertisement, Attitude toward Product, and consumers Characteristics toward LCGC Buying Interest. The research is a case study conducted on the consumers candidates who have seen the advertisement about LCGC and intend to buy the product. The research was conducted in Yogyakarta. The sample in this research is determined as many as 100 respondents by using Slovin formula and it is taken using *purposive sampling technique*. The data was collected using questionnaires and analyzed using instrumental test, classic assumption test, multiple regression test and difference test. The research found that: 1) There was no difference in attitude toward LCGC between low income and high income consumers. 2) There was no difference in attitude between the consumers who bought LCGC as the first car and consumers who bought the LCGC as the second car. 3) The consumers attitude toward LCGC advertisement positively influenced buying interest. 4) The consumers attitude toward LCGC positively influenced buying interest.

Keywords: Attitude, Product, Advertisement, and Buying Interest.