

## INTISARI

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh citra produk Pond's terhadap perilaku konsumen, khususnya niat konsumen untuk membeli ulang dan merekomendasikan kepada orang lain. Hipotesis menguji citra produk Pond's dilihat dari tiga dimensi citra yaitu citra kualitas produk, citra harga produk dan citra periklanan, sedangkan subyek penelitian diambil dari mahasiswa/i dilingkungan kampus UMY, dengan jumlah 147 responden memakai produk pond's.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketiga dimensi yang di uji menemukan dimensi kualitas produk dan dimensi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian ulang dan niat merekomendasikan kepada orang lain, sedangkan dimensi periklanan tidak berpengaruh signifikan meskipun masih memiliki hubungan yang positif atau searah. Hasil pengujian secara serentak (uji *f test*) menunjukkan hubungan yang signifikan sehingga dari ketiga

## ABSTRACT

This research aims to analyze effect of an Image Pond's to Consumers behavior, the attention of consumer to buy and recommend to others. A multiple linier regression to test the hypothese. hypothese test an image of Product from three variables: image of quality, image of price, and image of advertising. The Subject research was 147 consumers of Pond's and research performed at University of Muhammadiyah Yogyakarta.

The result of the research show that an image of quality and image of price having positively significant influence to attention of consumers to buy and recommend product to others. An image of advertising is insignificant influence to consumers behavior (attention of consumers to buy and recommend product to others). The result of multiple linier regression show that an image of quality, image of price, and image of advertising having significant influence, it's means all of variables is good predictor for dependent variable.