

## INTISARI

Kecenderungan konsumen dalam proses pemikiran dimana individu memperoleh pengetahuan tentang konsumsi dan pembelian serta pengalaman bahwa mereka menerapkan perilaku ke masa depan.

Penelitian ini menggunakan model AIDA yang terdiri atas perhatian, minat, keinginan dan tindakan. Perhatian adalah pesan konsumen pemberitahuan konsumen terhadap iklan, minat adalah tanggapan konsumen untuk melihat iklan sampai dengan selesai, keinginan adalah jawaban konsumen yang mempengaruhi konsumen agar membeli produk, tindakan adalah tanggapan konsumen untuk membeli produk dari iklan tersebut.

**Kata kunci : Pesan Iklan, AIDA ( perhatian, minat, keinginan, tindakan ),  
Proses pembelajaran konsumen.**

## ABSTRACT

Consumer learning can be thought of as the process by which individuals acquire the purchase and consumption knowledge and experience that they apply to future related behavior.

This research AIDA Model, they are attention, interest, desire and action. Attention is notice of consumer to see advertisement, interest is respond from consumer to see advertisement until finish, desire is respond of consumer that influence to buy attention product, action is respond of consumer to buy product from an advertisement.

**Keyword : Advertisement message, AIDA (attention, interest, desire, action) consumer learning process.**