

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas iklan terhadap loyalitas konsumen di sekitar wilayah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Kreativitas iklan meliputi perhatian, minat, keinginan, rasa percaya dan tindakan. Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi jurusan manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Besarnya sampel 100 responden. Metode penarikan sampel secara non probabilitas dengan purposive sampling. Data diperoleh melalui data primer dengan cara membagikan pertanyaan untuk diisi oleh responden. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan: (a) tidak ada pengaruh perhatian terhadap loyalitas konsumen, (b) ada pengaruh minat terhadap loyalitas konsumen, (c) ada pengaruh keinginan terhadap loyalitas konsumen, (d) ada pengaruh rasa percaya terhadap loyalitas konsumen, (e) ada pengaruh tindakan terhadap loyalitas konsumen, (f) ada pengaruh perhatian, minat, keinginan, rasa percaya dan tindakan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: kreativitas iklan, loyalitas konsumen