

ABSTRACT

This research aim to analyze about the Influence of Attention, Interest, Desire, Conviction, and Action the Costumers Loyalty, toward Sampoerna cigarete's.

Subjec in was University Student Muhammadiyah Yogyakarta, with samples amount to 100 people. Method of with drawal of sample in non probability with convinience sampling. Data is obtained through primary, data by the way of alloting questionnaire. Data analysis done by using doubled regression analysis and difference test independent sample t test.

Recears result show: (a) Is Attention influence, enthusiasm, desire,feel action and trust jointly to costumers loyalty, (b) Is attention influence, enthusiasm, desire,feel action and trust partially to consumers loyalty, (c) the desire at advertisement creativity have dominant influence to costumerts loyalty.

Keyword: advertisement creativity, consumers loyalty.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perhatian, minat, keinginan, rasa percaya dan tindakan terhadap loyalitas pelanggan pada iklan rokok Sampoerna Hijau.

Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dengan jumlah sampel 100 orang. Metode penarikan secara *non probabilitas* dengan *convenience sampling*. Data diperoleh melalui data primer dengan cara membagikan kuisioner. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda dan uji beda independen sampel t test.

Hasil penelitian menunjukkan: (a) Ada pengaruh perhatian, minat, keinginan, rasa percaya dan tindakan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan. (b) Ada pengaruh perhatian, minat, keinginan, rasa percaya dan tindakan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. (c) Keinginan pada kreativitas iklan memiliki pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan.