

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan pengujian model AIDCA dan loyalitas konsumen disekitar wilayah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan jumlah 122 orang. Metode penarikan sample dengan purposive sampling. Data yang diperoleh melalui data primer dengan cara membagikan pertanyaan untuk ditanggapi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan aritmatic mean.

Hasil penelitian menunjukan: a) ada pengaruh perhatian terhadap minat konsumen, b) ada pengaruh minat terhadap keinginan konsumen, c) ada pengaruh keinginan terhadap rasa percaya konsumen, d) ada pengaruh rasa percaya terhadap tindakan konsumen, e) ada pengaruh tindakan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: model AIDCA, loyalitas konsumen.

## ABSTRACT

*This research having a purpose to know the test of AIDCA application model and loyalty of consumer in around of Muhammadiyah University of Yogyakarta area. Responder in this research is student of UMY amounting to 122 people. The sample took by using purposive sampling method. Data obtained through primary data by raising question in writing to responder. Analyze data conducting by using simple analysis regression and arithmetic mean.*

*Result of research indicates that there are influenced which are positive between attention variable to interest consumer. Variable interest have an effect to desire of consumer. Variable of desire have an effect to belief taste of consumer, and variable of belief taste of consumer influenced to consumer action. Variable of consumer action an effect to loyalty of consumer.*

*Keywords : model AIDCA , loyalty of consumer.*