

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh iklan di media televisi terhadap loyalitas konsumen rokok Gudang Garam *International*. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang mengkonsumsi rokok Gudang Garam *International* dan pernah melihat iklan rokok Gudang Garam *International* yang ditayangkan di televisi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 103 orang, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probabilitas* yaitu *purposive sampling*. Data diperoleh melalui data primer dengan menggunakan kuesioner yang diisi secara langsung oleh responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut iklan di media televisi. Secara parsial variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen rokok Gudang Garam *International* adalah rasa percaya (*conviction*), perhatian (*attention*), keinginan (*desire*), dan tindakan (*action*), sedangkan variabel minat (*interest*) secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen rokok Gudang Garam *International*. Rasa percaya (*conviction*) adalah variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas konsumen rokok Gudang Garam *International*.

ABSTRACT

This research is done to analyzes the influence of advertisement in television media towards loyalty of the consumers of Gudang Garam International cigarette. The sample in this research are students of Faculty Economy University Muhammadiyah Yogyakarta, who are consume Gudang Garam International cigarette and ever seen advertisement of Gudang Garam International cigarette which broadcasted in television. Amount of this research sample is 103 pearson, the techniq to collect the sample which is used Non Probability namely Purposive Sampling. The data is obtained through the primer data by using quisioner which is filled directly by the responden. The data analyzes is done by using Double Liniear Regression.

The result of the research show that advertisement atribute in television partially the variable which have significant influence towards loyalty of the consumers Gudang Garam International cigarette are conviction, attention, desire, and action. Whereas the interest variable partially doesn't have significant influence towards the loyalty of the consumers of Gudang Garam International cigarette. Conviction is variable which has the most dominant influence towards loyalty of the consumers of Gudang Garam International cigarette.

Keywords: Advertisement, Consumer Loyalty