

ABSTRACT

The aim of this research is to know the respond different between male and female consumers toward advertisement that starred by female star. Forwarded Hypothesis is male and female consumers have different respond toward Mie Sedap advertisement that starred by female star. Subject of this research is audience that have watched Mie Sedap commercial advertisement on television in Kecamatan Moyudan. Sampling method that being used is purposive sampling method (based on certain criteria). Primary data is obtained by observation and questioners distribution to respondents. Data is analyzed using Chi Square test.

Research result show that there is different respond between male and female consumers, consumer respond consist from attention, comprehension, credibility, liking, brand attitude, and purchase intention toward Mie Sedap commercial advertisement that starred by female star. This conclusion is based on value of Chi Square test that is 0,000 or less than value at 0,005 significant level.

Key word: attention, comprehension, credibility, liking, attitude, intention

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan respon konsumen laki-laki dan perempuan terhadap iklan yang dibintangi oleh bintang iklan perempuan.. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat perbedaan respon konsumen laki-laki dan perempuan terhadap iklan Mie Sedap yang dibintangi oleh bintang iklan perempuan.. Subjek (sampel) dalam penelitian ini adalah pemirsa televisi yang pernah melihat tayangan iklan produk Mie Sedap di kecamatan Moyudan.. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* (dengan kriteria tertentu). Data diperoleh melalui data primer yaitu dengan observasi dan pembagian kuisioner yang harus diisi oleh responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Chi Square Test*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan respon konsumen laki-laki dan perempuan yang terdiri dari perhatian (*attention*), pemahaman (*comprehension*), kepercayaan (*credibility*), kesukaan (*liking*), sikap terhadap merek (*brand attitude*) dan minat membeli (*purchase intention*) terhadap iklan Mie Sedap yang dibintangi oleh bintang iklan perempuan. Hal ini dikarenakan nilai *Chi Square Test* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikan 0,005.

Kata kunci : perhatian, pemahaman, kepercayaan, kesukaan, sikap, minat iklan