

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH BINTANG IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VASELINE MEN FACE WASH DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**FEDRIK ANDERSON**

Dunia bisnis identik dengan persaingan. Persaingan yang terjadi bahkan semakin ketat, mengharuskan setiap perusahaan untuk merumuskan strategi yang lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaingnya. Masalah dalam penelitian ini adalah realisasi penjualan produk Vaseline Men Face Wash di Bandar Lampung yang tidak pernah mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah Mengetahui pengaruh bintang iklan terhadap keputusan pembelian Vaseline Men Face Wash pada konsumen di Bandar Lampung. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan regresi linier berganda, dengan sumber data yang diperoleh melalui alat instrumen berupa kuesioner. Sumber data penelitian ini adalah masyarakat atau penduduk berjenis kelamin pria yang bertempat tinggal di kota Bandar Lampung dan pernah menyaksikan iklan Vaseline Men face Wash di televisi setidaknya 2 kali. Data yang diperoleh dikumpulkan dari data tiap-tiap wilayah yang ada di kota Bandar Lampung yang di ambil secara random.

Adapun beberapa kriteria adalah, masyarakat yang berdomisili di kota Bandar Lampung, berjenis kelamin laki-laki, sudah pernah melihat iklan Vaseline Men Face Wash yang di bintanginya oleh Nazriel Irham, dan konsumen yang sedang menggunakan dan atau pernah membeli Vaseline Men Face Wash.

Nilai  $F$  hitung lebih besar dibandingkan nilai  $F$  tabel, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan nilai signifikansi di bawah  $\alpha = 5\%$ . Hasil pengujian parsial nilai  $T$  hitung keseluruhan variabel bebas lebih besar daripada nilai  $T$  tabel. Nilai  $R$  *Square* sebesar 0.843, hal ini berarti sebanyak 84,3% keputusan pembelian Vaseline Men Face Wash di Bandar Lampung dibentuk oleh variabel Bintang Iklan( Daya tarik, Kepercayaan, Keahlian).

Setelah dilakukan penelitian, dapat disimpulkan bintang iklan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian Vaseline Men Face Wash di Bandar Lampung, berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, dan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan uji  $t$  menunjukkan nilai  $t$  hitung setiap variabel lebih besar dari  $t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Peneliti menyarankan PT Unilever Indonesia Tbk mengkolaborasikan bintang iklan dengan seorang ahli perawatan wajah pada iklan Vaseline Men Face Wash agar konsumen lebih percaya dan disarankan tetap menggunakan Nazriel Irham sebagai bintang iklan Vaseline Men Face Wash karena sebagian besar responden menilai Nazriel Irham merupakan seorang artis yang memiliki daya tarik di mata responden.