# ABSTRAK

**Kris Muharamai Mareza, 2016/16053098. "efektifitas iklan dan daya tarik iklan terhadap brand attitude sarimi pada mahasiswa universitas negeri padang".**

**Pembimbing : Thamrin S.Pd, M.M**

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk melihat efektifitas iklan dan daya tarik iklan terhadap brand attitude sarimi pada mahasiswa universitas negeri padang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 96 mahasiswa universitas negeri padang yang dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik angket dan dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi berganda. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji prasyarat analisis yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas. Data yang terkumpul diolah dengan SPSS versi 20.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektifitas iklan dan daya tarik iklan berpengaruh positif signifikan terhadap brand attitude sarimi pada mahasiswa Universitas Negeri Padang

**Kata Kunci:** efektifitas iklan, daya tarik iklan, brand attitude