

## ABSTRAK

**Novia Elvi Zikri, 19059235/2019:**

**Pengaruh Daya Tarik Iklan dan *Celebrity Endorse* terhadap *Purchase Intention* pada Iklan Sabun Cuci Tangan Lifebuoy di Televisi dan *Attitude Advertising* Sebagai Variabel Mediasi ( Studi pada konsumen Rumah Tangga di Kota Padang)**

**Pembimbing : Vidyarini Dwita, SE, MM, Ph.D.**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh daya tarik iklan terhadap *attitude advertising*, (2) Pengaruh *celebrity endorser* terhadap *attitude advertising*, (3) Pengaruh *attitude advertising* terhadap *purchase intention*, (4) Pengaruh daya tarik iklan terhadap *purchase intention*, (5) Pengaruh *celebrity endorse* terhadap *purchase intention* (6) pengaruh daya tarik iklan terhadap *purchase intention* melalui *attitude advertising* sebagai variabel mediasi, (7) pengaruh *celebrity endorse* terhadap *purchase intention* melalui *attitude advertising* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen rumah tangga di kota Padang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 200 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner, teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, dan penelitian ini menggunakan uji Structural Equation Model (SEM) dengan software smart PLS 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Daya tarik iklan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *attitude advertising*, (2) *Celebrity endorse* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *attitude advertising*, (3) *Attitude advertising* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention*, (4) Daya tarik iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention*, (5) *Celebrity endorse* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase intention*, (6) *attitude advertising* tidak berpengaruh sebagai mediasi terhadap daya tarik iklan kepada *purchase intention* (7) *attitude advertising* tidak berpengaruh sebagai mediasi terhadap *celebrity endorse* kepada *purchase intention*.

**Kata kunci: Purchase Intention Daya tarik Iklan, *Celebrity Endorse* dan *Attitude Advertising*.**