

	No.Alumni Universitas	SYAFNIATI	No.Alumni Fakultas
BIODATA a). Tempat/Tgl lahir: Tepi Selo, 15 Maret 1986 b). Nama Orang Tua: Syafe'i). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No.Bp: 09 10 525 190 f). Tgl Lulus: 07 Agustus 2012 g). Predikat Lulus: Memuaskan h). IPK: 2,80 i). Lama Studi: 3 tahun j). Alamat Orang Tua: Kubang Koto, Lareh Nan Gadang, Nagari Tepi Selo Kec.Lintau Buo Utara Kab.Tanah Datar Sumatera Barat.			
<p style="text-align: center;">Pengaruh Sikap Terhadap Iklan Televisi dan Sikap Terhadap Merek Pada Niat Membeli Sabun Cuci Piring Cair Sunlight Agen 1000 di Kec.Lintau Buo Utara Kab.Tanah Datar Skripsi S1 Oleh: Syafniati. Pembimbing: Suziana SE. MM</p> <p style="text-align: center;">ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Sikap Terhadap Iklan Televisi dan Sikap Terhadap Merek Pada Niat Membeli Sabun Cuci Piring Cair Sunlight Agen 1000 di Kec.Lintau Buo Utara Kab.Tanah Datar. Metode analisis digunakan adalah Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Berganda, Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji Parsial(Uji Statistik t), uji Simultan (Uji Statistik F) dan Uji Koefisien Determinasi (R).² Pengerjaan dilakukan dengan menggunakan SPSS 15. Data yang digunakan adalah data primer dan skunder. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis data dengan metoda analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Sikap Terhadap Iklan Televisi berpengaruh positif dan signifikan Pada Niat Membeli Sabun Cuci Piring Cair Sunlight di Kec.Lintau Buo Utara Kab.Tanah Datar, dan variabel Sikap Terhadap Merek juga berpengaruh positif dan signifikan pada niat membeli sabun cuci piring cair sunlight agen 1000 di Kec.Lintau Buo Utara Kab.Tanah Datar. Berdasarkan uji t bahwa dari dua variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi niat membeli sabun cuci piring cair sunlight adalah variabel sikap terhadap iklan televisi X_1 dengan nilai B 0,345. Analisis koefisien determinasi didapat nilai Adjusted R sebesar 38,5% yang berarti variabel terikat yaitu niat membeli dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel bebas yaitu sikap terhadap iklan televisi, dan sikap terhadap merek dan sisanya sebesar 61,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.</p> <p>Kata Kunci: Sikap terhadap iklan televisi dan sikap terhadap merek pada niat membeli</p>			