

**MINAT BELI SABUN MANDI DETTOL
(Studi Pada Warga Kelurahan Meruyung, Limo, Depok)**

Oleh

Feisha Fakhrusy

Abstrak

Penelitian ini adalah kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut iklan dan citra merek terhadap minat beli sabun mandi Dettol. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Warga Kelurahan Meruyung Limo Depok. Ukuran sampel diambil sebanyak 60 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah *Partial Least Square*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) iklan memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,141. (2) citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,285.

Kata Kunci: Iklan, Citra Merek, Minat Beli

***Purchase Intention of Dettol Soap Bath
(Study on Citizens of Urban Village Meruyung, Limo, Depok)***

By

Feisha Fakhrusy

Abstract

This research is quantitative aims to understand the influence of advertising and brand image to purchase intention dettol soap bath. A population that used to research this is citizen of urban village Meruyung Limo Depok. Size sample taken 60 respondents. Technique the determination of sample uses the method purposive sampling. Analysis techniques used is partial least square. The result of this research showed that (1) advertising have no influence a significant impact on the purchase intention with the coefficients the value of 0,141. (2) brand image having significant impact on the purchase intention with the coefficients the value of 0,285.

Keywords: Advertising, Brand Image, Purchase Intention