ABSTRAK

Perkembangan zaman dari tradisional menjadi modern mendorong kehadiran internet yang secara nyata telah mengubah kehidupan masyarakat dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Phillip Works merupakan salah satu merek busana lokal yang memanfaatkan kehadiran internet melalui aplikasi Instagram sebagai peluang memasarkan produknya. Namun dalam memasarkan produknya di Instagram, banyak aspek-aspek iklan yang harus diperhatikan agar dapat menarik audiens dalam jumlah yang besar dan audiens dapat memberikan sikap yang positif terhadap merek Phillip Works.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui aspek-aspek nilai iklan yaitu kredibilitas iklan, kurangnya iritasi iklan, keinformatifan iklan, hiburan dalam iklan dan personalisasi iklan terhadap sikap konsumen pada merek Phillip Works melalui sikap konsumen terhadap iklan sebagai variabel intervening.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner daring kepada 400 orang pengguna Instagram yang mendapatkan iklan Instagram Phillip Works. Kemudian teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) yang dibantu oleh *software* AMOS 24.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, ditemukan bahwa kredibilitas, kurangnya iritasi, keinformatifan, dan hiburan iklan memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen pada iklan Instagram yang dilakukan Phillip Works, serta sikap konsumen pada iklan memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen pada merek Phillip Works. Sedangkan personalisasi iklan tidak memiliki pengaruh positif terhadap sikap konsumen pada iklan Instagram yang dilakukan oleh Phillip Works.

Dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan terdapat lima hipotesis yang diterima dan satu hipotesis yang ditolak. Maka dari itu, Phillip Works kedepannya harus dapat terus mempertahankan kredibilitas iklan, kurangnya iritasi iklan, keinformatifan iklan, dan hiburan iklan agar sikap konsumen terhadap iklan yang dilakukan Phillip Works menghasilkan sikap yang baik dimata konsumen yang nantinya memberikan dampak yang positif pula terhadap sikap konsumen terhadap merek Phillip Works.

Kata kunci: Nilai iklan, personalisasi iklan, sikap konsumen terhadap iklan, sikap konsumen terhadap merek.