

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI ADVERTISING**

Skripsi, Juni 2022

MUHAMMAD FAUZAN AZHIMA2017140236

**Pengaruh Sales Promotion Di Instagram @richeese_factory Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen**

ABSTRAK

Promosi memegang peranan penting dalam mencapai tujuan perusahaan terutama dalam mendapatkan keuntungan maksimal dengan biaya terkecil. Promosi merupakan kegiatan pokok yang dilakukan pengusaha untuk kelangsungan hidup perusahaan yang selanjutnya berkembang dan mencapai hasil penjualan diinginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur Sales Promotion Instagram @richeese_factory, Keputusan pembelian konsumen Richeese Factory, dan pengaruh sales promotion Instagram @richeese_factory terhadap keputusan pembelian konsumen pada followers di Instagram @richeese_factory. Teori yang digunakan yaitu Komunikasi pemasaran, Teori Sales Promotion yang meliputi sampel, kupon, penawaran, pengembalian uang tunai, paket harga, premi, program frekuensi, hadiah, dan Teori Keputusan Pembelian yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Pendekatan penelitian ini kuantitatif dengan metode survei, Populasi pada penelitian ini adalah Followers @richeese_factory yang sudah pernah membeli. Jumlah populasi 231 followers dan sampel followers 146, Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah simple random sampling. Teknik analisis data regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh sebesar 90,1% sales promotion terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Richeese Factory, sementara sisanya yaitu sebesar 9,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian pembelian ini.

**Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Sales Promotion, Keputusan
Pembelian**

Referensi : 5 Buku, 5 jurnal , dan 1 situs

Pembimbing : Dr. Oktaviana Purnamasari., M.Si.