

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi Ilmu Komunikasi

Skripsi, 22 Juni 2023

Muhammad Azhar Syuhada

2019140037

PENGARUH IKLAN DAN PROMOSI PENJUALAN RIBSGOLD TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RIBSGOLD (Survei pada Konsumen Ribsgold)

xv + 80 halaman + 59 tabel + 16 gambar + 10 lampiran

ABSTRAK

Dalam era yang semakin kompetitif, strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Teori yang digunakan yakni Iklan dari Terence A. Shimp (2018), Promosi Penjualan dari Kotler dan Keller (2019), serta Keputusan Pembelian dari Kotler dan Keller (2019). Sampel penelitian terdiri dari konsumen Ribsgold dengan jumlah populasi sebanyak 1.200 pembeli produk Ribsgold. Dalam penelitian ini, dilakukan pengambilan sampel sebanyak 92 responden menggunakan rumus Taro Yammane dengan *margin of eror* 10%. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan analisis regresi untuk menguji hubungan antara variabel independen iklan (X^1) dan promosi penjualan (X^2) dengan variabel dependen keputusan pembelian (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan dan promosi penjualan Ribsgold berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa iklan dan promosi penjualan yang efektif dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Ribsgold.

Kata Kunci : Iklan, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian, Komunikasi Pemasaran

Referensi : 12 Buku, 6 Jurnal, 1 Website

Dosen Pembimbing : Dr. Aminah Swarnawati, M.Si.