

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSTRASI ADVERTISING**

Skripsi, AGUSTUS 2023

MUHAMMAD FADLI ALFARIS

202001104700014

**PENGARUH SALES PROMOTION GOLDEN LAMIAN DI INSTAGRAM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada followers Instagram
@goldenlamian)**

ABSTRAK

Banyaknya brand lokal baru yang masuk ke bidang industri kuliner. Sekarang ini banyak sekali bisnis kuliner di Indonesia melejit pesat melalui media online salah satunya Golden Lamian. Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur *sales promotion* @goldenlamian di Instagram, untuk mengetahui keputusan pembelian, dan seberapa besar pengaruh *sales promotion* Instagram terhadap keputusan pembelian produk. Teori yang digunakan yaitu *sales promotion* yang mempunyai dimensi kupon dan harga khusus atau potongan harga. Serta keputusan pembelian yang mempunyai dimensi Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, dan Keputusan Pembelian. Pendekatan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survey. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang diberikan kepada 61 responden pada followers akun Instagram @goldenlamian. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *Simple Random Sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *sales promotion* Instagram @goldenlamian responden merespon (setuju). Sedangkan keputusan pembelian Golden Lamian merespon baik (setuju) dari semua pernyataan variabel (Y) di kuesioner di penelitian. Terdapat pengaruh *sales promotion* Golden Lamian terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 32,8% sisanya 67,2% dipengaruhi data oleh faktor lain di luar penelitian ini

Kata Kunci : Sales Promotion, Keputusan Pembelian
Referensi : 7 buku, 5 jurnal, 1 publikasi online
Dosen Pembimbing : Dr. Oktaviana Purnamasari M.Si