

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMINIKASI

KONSENTRASI ADVERTISING

Skripsi, 2024

Erik Saleh Siregar

2018140310

Pengaruh *Sales Promotion* Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Patrobas (Survei Pada *Followers* Instagram @patrobas.id)

XVI + 109 Halaman + 59 Tabel + 5 Gambar + 11 Lampiran

ABSTRAK

Brand sepatu lokal saat ini sedang mengalami persaingan ketat di Indonesia. Maka dari itu, peran perkembangan informasi dan teknologi terutama pada aspek pemasaran yaitu *Sales Promotion*. Penelitian pada kali ini bertujuan untuk mengukur pengaruh *Sales Promotion* Patrobas di Instagram dan Keputusan Pembelian dari *followers* akun @patrobas.id serta pengaruh dari *Sales Promotion* di Patrobas di Instagram terhadap Keputusan Pembelian sepatu Patrobas. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Sales Promotion* dari Kotler & Armstrong yang meliputi sampel, kupon, rabat, paket harga, *premium*, *advertising specialties*, titik pembelian, kontes, *event marketing*, potongan harga. Teori Keputusan Pembelian dari Kotler & Armstrong meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, Keputusan Pembelian. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survey, dengan populasi pada penelitian ini *followers* akun Instagram @patrobas.id yang berjumlah 413.000 dan di peroleh sampel 81 responden dengan menggunakan rumus slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner *googel form*. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi liner sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *Sales Promotion* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 66,7% sementara sisanya 33,3% yang dipengaruhi oleh faktor- faktor lain diluar dari penelitian ini.

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

Referensi : 9 buku + 4 Jurnal + 2 Website

Pebimbing : Dr. Oktaviana Purnamasari, S.Sos, M.Si