

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi Ilmu Komunikasi

Charrisa Septichia Kirani

20200110400075

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN ULTRAMILK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada fans Stray Kids di Komunitas Whatsapp @SKZevent_JKT)

ABSTRAK

Dalam era yang semakin kompetitif membuat para pelaku bisnis perlu strategi pemasaran yang efektif dalam sebuah persaingan industri susu UHT untuk bisa memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui promosi penjualan Ultramilk di media sosial Instagram, mengetahui keputusan pembelian pada fans Stray Kids di Komunitas WhatsApp @SKZevent_JKT, dan mengukur pengaruh promosi penjualan Ultramilk di Instagram terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Teori yang digunakan adalah Promosi Penjualan dari Kotler dan Keller (2019) dan Keputusan Pembelian dari Kotler dan Keller (2019). Sampel penelitian terdiri dari konsumen Ultramilk yang bergabung dalam komunitas WhatsApp @SKZevent_JKT dengan jumlah populasi sebanyak 460 anggota. Dalam penelitian ini, dilakukan pengambilan sampel sebanyak 82 responden menggunakan rumus Taro Yamane dengan *margin of error* 10%. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji hubungan antara variabel independen promosi penjualan (X) dengan variabel dependen keputusan pembelian (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa promosi penjualan yang efektif dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian, Komunikasi Pemasaran

Referensi : 7 buku, 8 jurnal, 3 website

Dosen Pembimbing : Dr. Aminah Swarnawati, M.Si