

ABSTRAK

Penelitian dilakukan di perusahaan PT. Delta Djakarta Tbk. salah satu perusahaan yang bergerak di bidang manufacturing minuman beralkohol yaitu bir melalui salah satu produknya San Miguel. Yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian, pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian dan pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu data yang terkumpul dalam bentuk angka-angka yang akan diuji dengan metode statistic. Adapun tehnik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah angket dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah para peminum bir yang berjumlah 60 orang dan kemudian diambil sample 52 orang menggunakan teknik samplingnya adalah non probabilitas sampling berupa accident sampling. Untuk memperoleh data penulis menyebarkan kuesioner kepada nasabah.

Pengolahan data menggunakan rumus korelasi pearson product moment dan kemudian dianalisis secara deskriptif kauntitatif, kemudian dilanjutkan dengan uji validiyas, reliabilitas. Pengolahan data selanjutnya menggunakan uji deskriptif, regresi sederhana dan regresi berganda. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah Advertising, Sales promotion dan Keputusan pembelian (*purchasing decision*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel advertising memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel promotion dengan *purchasing decision*

Kata Kunci : periklanan, promosi penjualan dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

Research has been done in PT.Delta Djakarta Tbk. One of the company that engaged in the field of alcoholic beverages namely beer through one of the product called San Miguel. Which aims to determine the effect of advertising on purchase decisions, the effect of sales promotions on purchase decisions and the influence of advertising and sales promotion on purchase decisions

This Research using quantitative approaches means data that has been collected in numbers will be tested with statistic method. As for the techniques of collecting all the data that writer used are questionnaire form and documentation. The population for this research was the beer drinkers add up to 60 men and took 52 men using sampling technique are non probability sampling from accident sampling. To reach datas the writer spread the questionnaire form to customers.

Processing data using Pearson Product Moment Formula and being analyzed by descriptive kauntatif . and followe by the test of validiyas , reliability. Further data processing using descriptive test , simple regression and multiple regression . The variables used in the study is Advertising, Sales promotion and purchase decisions (purchasing decision). The results showed that the variables are advertising has a significant impact on purchasing decisions. There is a positive and significant relationship between the variables promotion to the purchasing decision

Keywords: *advertising, sales promotion and purchasing decisions*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA