

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian. metode pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Populasi yang dipilih adalah mahasiswa reguler S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta yang menggunakan kartu selular IM3, dengan sampel sebanyak 100 orang.

Penelitian ini menggunakan Analisis Linier Regresi Sederhana, dan pengujian dilakukan dengan Uji Hipotesis yaitu untuk mengetahui apakah Variabel Independent ( Iklan Televisi ) berpengaruh terhadap Variabel Dependent ( Keputusan Pembelian ). Hasil analisis menunjukan bahwa Iklan televisi berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Kata kunci : Iklan Televisi dan Keputusan Pembelian.

MERCU BUANA