

## **ABSTRAK**

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kepuasan iklan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini data diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada 100 responden sebagai sampel penelitian. Metode pengambilan sampel dan teknik yang digunakan adalah metode *nonprobability sampling* dan teknik *Insidental sampling*. Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi ganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari dua variabel iklan dan promosi penjualan yang memiliki pengaruh yang signifikan hanya iklan terhadap keputusan pembelian, sedangkan promosi penjualan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : iklan, promosi penjualan, keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aimed to determine the effect of variable satisfaction advertisements and sales on purchasing decisions. In this study data were obtained through a questionnaire given to 100 respondents in the study sample. Sampling methods and techniques used are nonprobability methods and techniques as well as incidental sampling. Analysis was done using multiple regression analysis. The results showed that the two variables advertisements and sales that have a significant influence on purchasing decisions only advertising, sales promotion, while no effect on purchasing decisions.*

*Keywords: advertising, sales promotions, the purchase decision*