

## ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of the Ad Price Package, Competence of Salesperson and Brand Image partially or jointly to the Purchase Decision on PT. Citra Media Nusa Purnama. The research data is done from the survey conducted on advertiser consumers in the year 2016 which amounted to 878 consumers with samples taken 90 consumers premises Simple Random Sampling technique. The research method is using Multiple Linear Regression with 3 independent variables. The results showed that partially or simultaneously these three independent variables have a significant influence on purchasing decisions from consumers.

Keywords: Price, Seller's Competence, Brand Image, Purchase Decision



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa pengaruh Paket Harga Iklan, Kompetensi Tenaga Penjual dan Citra Merek secara parsial maupun bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Iklan pada PT. Citra Media Nusa Purnama. Data penelitian dilakukan dari survey yang dilakukan pada konsumen pemasang iklan pada tahun 2016 yang berjumlah 878 konsumen dengan diambil sampel sebanyak 90 konsumen dengan teknik Simple Random Sampling. Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan Regresi Linier Berganda dengan 3 variabel independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan ketiga variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dari konsumen.

Kata Kunci : Harga, Kompetensi Tenaga Penjual, Citra Merek, Keputusan Pembelian

