

ABSTRACT

The purpose of this study is to test empirically from several variables that effect Purchase Decision. There are two variables that is Television Advertising and Price. This study uses 100 respondents in the Tangerang Selatan were taken by Convenience Sampling method. Analysis tool used is multiple linear regression. The result of this study indicate that in a persistent as variable advertising on television and pricing taking effect on decision of buying. Only The variable of advertising as partial , Literally the variable of pricing affect not significant with the decision of buying.

Keyword : Television advertising , pricing & Buy decision



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris dari beberapa variabel yang mempengaruhi Keputusan Pembelian. Ada dua variabel yaitu Iklan di Televisi dan Harga. Penelitian ini menggunakan 100 responden di Warga Tangerang Selatan yang diambil dengan metode *Convenience Sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial semua variabel yaitu Iklan di Televisi dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Iklan di Televisi saja yang mempengaruhi Keputusan Pembelian secara parsial, Sedangkan Variabel Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Iklan Televisi, Harga dan Keputusan Pembelian

