



Universitas Mercu Buana
Communication Faculty
Major Advertising & Marketing Communication
Ana Anita Wardani
44314120006

Pengaruh Isi Promo tiket maskapai *full service* di *Facebook* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada komunitas *Backpacker International*

Jumlah halaman: x + 80 halaman + 14 lampiran
Bibliografi: 2008 - 2019

ABSTRAK

Latar belakang penelitian adalah adanya postingan anggota *Backpacker International* di *Facebook* mengenai promo tiket maskapai *full service* yang harganya menjadi jauh lebih rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh isi promosi tiket maskapai *full service* di *Facebook* serta gaya hidup dalam mempengaruhi keputusan pembelian anggota Komunitas *Backpacker International*.

Penelitian menggunakan konsep Bovee untuk isi promo untuk mengetahui daya tarik emosional, rasional dan daya tarik moral, untuk gaya hidup konsep yang digunakan adalah AIO dimana terdapat *activity, interest dan opinion* serta untuk keputusan pembelian menggunakan rumus AISAS.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survey online atau koesioner, teknik *simple proposive sampling* dengan objek penelitian adalah anggota *Backpacker International*. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu isi promo dan gaya hidup yang erat kaitannya dengan komunikasi pemasana serta variable keputusan pembelian yang erat hubungannya dengan perilaku konsumen.

Dalam hasil penelitian ini ketahuai adanya pengaruh isi promo dengan keputusan pembelian memiliki pengaruh yang sedang, lalu gaya hidup terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh rendah serta isi promo terhadap gaya hidup pengaruhnya rendah. Kesimpulan dari penelitian ini adalah isi promo dan gaya hidup secara bersama-sama akan memberikan pengaruh sedang terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: isi promo, gaya hidup, keputusan pembelian