

ABSTRAKSI

Tita Try Anggraini, Nomor Induk Mahasiswa 152110033, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul: **Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan melalui *Instagram* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion*** (Studi pada *Followers online shop @reisagarage*), 2017. Dosen pembimbing I, Dr. Sigit Haryono, S.Sos M.Si., Dosen pembimbing II Dr. Drs. Susanta M.Si

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan melalui *Instagram* secara simultan terhadap Keputusan Pembelian produk *fashion* dan mengetahui Pengaruh Iklan dan Promosi Penjualan melalui *Instagram* secara parsial terhadap Keputusan Pembelian produk *fashion*.

Tipe penelitian menggunakan *explanatory research*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner atau angket yang diberikan kepada *followers online shop @reisagarage*. Metode penarikan sampel yaitu metode *Simple Random Sampling* dengan menggunakan *google form*. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers online shop @reisagarage*. Peneliti membutuhkan 30 responden untuk dijadikan sampel.

Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial. Analisis Statistik Inferensial yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda.

Berdasarkan Hasil penelitian diperoleh kesimpulan yaitu ada pengaruh signifikan antara Iklan (X_1), dan Promosi Penjualan (X_2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan secara parsial variabel Iklan (X_1) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), variabel Promosi Penjualan (X_2) berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci: Iklan, Promosi Penjualan, dan Keputusan Pembelian.