

ABSTRAKSI

Ruberto Riky Purnama, Nomor Mahasiswa 152110049, Program Studi Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul: “Analisis Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Konsumen Produk Top Coffee di Dusun Babadan Wedomartani Ngemplak Yogyakarta)” 2018. Dosen pembimbing Sigit Haryono dan Meilan Sugiarto.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Top Coffee dan mengetahui pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Top Coffee.

Tipe Penelitian ini *explanatory research*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner di mana jenis penelitian memberikan kuesioner kepada Konsumen Produk Top Coffee di Dusun Babadan Wedomartani Ngemplak Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan metode *probability sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah Warga dusun Babadan Wedomartani Ngemplak Sleman DIY membeli/menggunakan produk TOP Coffee.. ukuran sampel sebesar 30 responden yang diketahui populasinya sebesar 67 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian diperoleh kesimpulan yaitu ada pengaruh signifikan antara Periklanan (X_1) dan Promosi Penjualan (X_2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen Produk Top Coffee dan secara pasial ada pengaruh Periklanan (X_1) dan Promosi Penjualan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen Produk Top Coffee.

Saran yang dapat diberikan adalah pertama Perusahaan harus memperhatikan periklanan. Hal ini karena terbukti periklanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen Produk Top Coffee. Dalam hal ini perusahaan perlu mempertahankan Iklan media TV produk TOP Coffee menarik perhatian, Iklan media Ballyho TOP Coffee menarik perhatian, Iklan media Ballyho TOP Coffee memiliki daya tarik, Iklan media Ballyho TOP Coffee membangkitkan keinginan berbelanja sertaklan media Ballyho TOP Coffee mendorong untuk melakukan pembelian.. Kedua perusahaan harus memperhatikan promosi penjualan. Hal ini karena terbukti promosi penjualan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen Produk Top Coffee. Dalam hal ini perusahaan perlu mempertahankan, Promosi penjualan berupa pemberian gelas dalam pembelian TOP Coffee memiliki daya tarik, Promosi penjualan berupa penawaran beli 2 gratis 1 dalam pembelian TOP Coffee memiliki daya tarik.

Kata Kunci : Periklanan, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian