

ABSTRAK

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Aktivitas pemasaran suatu perusahaan, mempunyai peran yang sangat penting, karena pemasaran dilakukan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, iklan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk televisi LG Electronic survey pada toko Electronic Log In Mega Store. Besarnya populasi pengunjung Log In Mega Store sebanyak 2.400, maka dari jumlah populasi yang ada peneliti menggunakan 96 *sample* untuk dijadikan responden, dengan metode *sampling (accidental sampling)*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Skala pengukurannya menggunakan skala likert. Sedangkan untuk metode analisis menggunakan uji regresi linier berganda, uji korelasi berganda, dan koefisien determinasi, Uji F, dan Uji T .

Hasil penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa variabel harga, iklan dan promosi penjualan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada penjualan televisi LG Electronic di Toko Log In Mega Store. Hasil penelitian analisis koefisien determinasi (R^2) adalah terdapat pengaruh harga sebesar 13,1%, pada iklan terdapat pengaruh sebesar 32,5% dan pada promosi penjualan terdapat pengaruh sebesar 17,9% sehingga ketiga variabel tersebut memiliki kontribusi sebesar 63,5% terhadap keputusan pembelian televisi LG di Log In Mega Store sisanya sebesar 36,5% merupakan pengaruh variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci : Pemasaran, Harga, Iklan, Promosi Penjualan , Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Marketing is a total system of business activities designed to plan, price, promote and distribute goods that can satisfy the desire and reach the target market and company goals. Marketing activity of a company, has a very important role, because marketing is done to keep the company's life. Company marketing activities should be able to give satisfaction to the consumer if you want to get a good response from customer.

This study aims to determine the effect of price, advertising and sales promotion of consumer purchasing decisions on television products of LG Electronic survey on the store Electronic Log In Mega Store. The amount of population of visitors Log In Mega Store 2,400, then from the existing population of researchers used 96 samples to be respondents, by the method of sampling (accidental sampling). The research method used in this research is descriptive method and verification method. Measurement scale using Likert scale. While for the method of analysis using multiple linear regression test, multiple correlation test, and coefficient of determination, Test F, and Test T.

The results of this study simultaneously show that the variable price, advertising and sales promotion positive and significant to consumer purchasing decisions on the sale of LG Electronics television in Store Log In Mega Store. The result of determination coefficient analysis (R^2) is the influence of the price of 13.1%, the advertising effect of 32.5% and the sales promotion there is an influence of 17.9% so that the three variables have a contribution of 63.5% against the decision to buy LG TV at Log In Mega Store is 36.5% is the influence of variable not examined in this research.

Key Words : Marketing, Price, Advertising, Sales Promotion, Purchasing Decision