

ABSTRAK

"ANALISA PENGARUH IKLAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN MOBIL DAIHATSU SIGRA DI TUNAS DAIHATSU PONDOK BAMBU"

Oleh
Annisa Fadila Rizki
Nim: 1718093
Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

Setiap industri berlomba-lomba meningkatkan kualitas produknya agar dapat meningkatkan penjualannya. Tentunya kualitas yang meningkat akan mampu untuk menarik peminat lebih banyak terhadap produk mereka. Sehingga tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh iklan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen mobil Daihatsu Sigra di Tunas Daihatsu Pondok Bambu. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah iklan melalui komunikasi mulut ke mulut dan faktor lainnya adalah promosi penjualan yang salah satunya adalah penjualan pribadi. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian mobil Daihatsu Sigra di Tunas Daihatsu Pondok Bambu. Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari kuesioner penelitian yang disebarakan kepada 60 orang responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan program SmartPLS 3.3.3, variabel independen yang diteliti telah terbukti berpengaruh secara positif terhadap variabel dependen. Kemudian melalui t-statistic dapat diketahui bahwa pengaruh Komunikasi Mulut ke Mulut terhadap Keputusan Pembelian ($t\text{-statistic } 5.629 > 2.001 \text{ t-tabel}$) dan nilai p-value sebesar 0.000. Penjualan Pribadi terhadap Keputusan Pembelian ($t\text{-statistic } 2.025 > 2.001 \text{ t-tabel}$) dan nilai p-value sebesar 0.028. Hal ini menunjukkan bahwa Komunikasi Mulut ke Mulut dan Penjualan Pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian oleh konsumen mobil Daihatsu Sigra di Tunas Daihatsu Pondok Bambu.

Kata Kunci: Iklan, Promosi Penjualan, Komunikasi Mulut ke Mulut, Penjualan Pribadi, Keputusan Pembelian, *Structural Equation Modelling* (SEM)

