

ABSTRAK

Fredy Fernand Jefry Siregar, NPM 108320138. “Pengaruh Periklanan (Advertisng) dan Pemasaran Langsung (Direct Marketing) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Medan Area”.Skripsi 2016

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh periklanan (advertising) dan pemasaran langsung (direct marketing) terhadap keputusan pembelian smartphone samsung..

Penelitian ini menggunakan sampel pengguna smartpphone samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Manajemen 2013 Universitas Medan Area.. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan teknik wawancara, daftar pertanyaan dan studi dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari pihak-pihak lain, studi pustaka, internet dan literatur. Variabel independen dalam penelitian ini adalah periklanan (advertising) dan pemasaran langsung (direct marketing) sedangkan keputusan pembelian merupakan variabel dependen. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi berganda dengan tingkat signifikan (α) 5%.

Hasil penelitian pada hipotesis menunjukkan bahwa sebesar -6890 satuan periklanan (advertising) dan sebesar 1,024 satuan pemasaran langsung (direct marketing) secara parsial menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan secara serempak periklanan (advertisig) dan pemasaran langsung (direct marketing) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemebelian yang menunjukkan dengan nilai R^2 sebesar 40% variabel kinerja dapat dijelaskan oleh variabel rekrutmen dan motivasi dan sisanya sebanyak 60% dijelaskan faktor – faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh yang signifikan baik secara serentak maupun parsial antara periklanan (advertising) dan pemasran langsung (direct marketing) terhadap keputusan pembelian smartphone samsung pada mahasiswa fakultas ekonomi program studi manajemen universitas medan area.

Kata Kunci : Periklanan (Advertisng), Pemasaran Langsung (Direct Marketing) dan Keputusan Pembelian.