

ABSTRAK

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN RASONAL DAN DAYA TARIK IKLAN HUMOR, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RAMAYANA DEPARTEMENT STORE

Oleh

Liston Simamora

Tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Daya Tarik Iklan Rasional terhadap Keputusan Pembelian. Untuk mengetahui dan menjelaskan Daya Tarik Iklan Humor terhadap Keputusan Pembelian. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Daya Tarik Iklan Rasional dan Daya Tarik Iklan Humor terhadap Keputusan Pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan teknik pengambilan sampel menggunakan cara Purposive Sampling. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner yang disebar di Bandar Lampung sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Regresi Linier Berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Daya Tarik Iklan Rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian variabel Daya Tarik Iklan Humor berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Daya Tarik Iklan Rasional dan Daya Tarik Iklan Humor berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Daya tarik Iklan Rasional, Daya Tarik Iklan Humor, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Effect Of Raconal Advertising Attraction And Humor Advertising Attraction, On Purchasing Decisions In Ramayana Departement Store

By

Liston simamora

The purpose of this study is: To find out and explain the influence of Rational Advertising Attraction on Purchasing Decisions. To find out and explain the Attractiveness of Humor Ads on Purchasing Decisions. To find out and explain the influence of Rational Advertising Attractiveness and Humor Advertising Attractiveness to Purchasing Decisions. This type of research is explanatory research with sampling techniques using purposive sampling. The data collection method was carried out using 100 questionnaires distributed in Bandar Lampung. The data analysis technique used in this study is to use the unity of linearity and multicollinearity testing. The results of this study indicate that the Rational Advertising Attractiveness variable significantly influences the purchase decision. The Attractiveness Ad Humor variable significantly influences the Purchasing Decision. The Attraction of Rational Advertising and the Attraction of Humor Advertising have a significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Rational Advertising Attraction, Humor Advertising Attractiveness, Purchasing Decisions