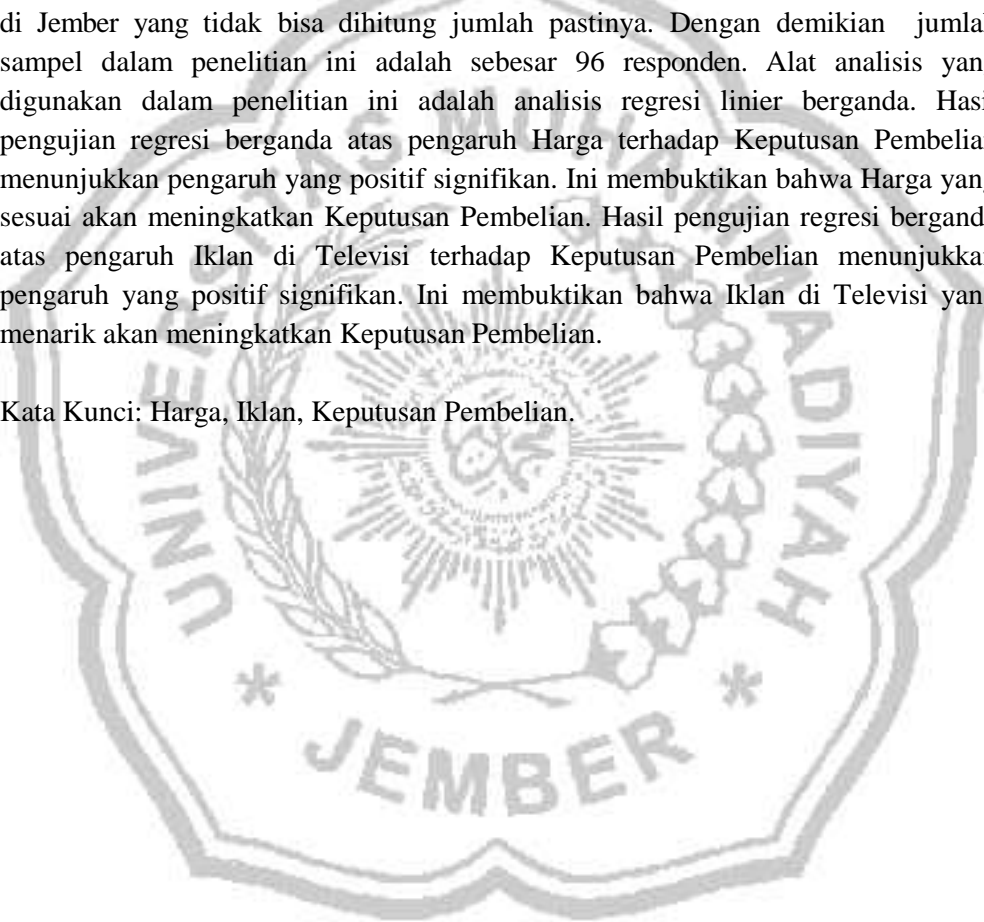


ABSTRAK

Penelitian ini memuat tentang pengaruh harga dan iklan di televisi terhadap keputusan pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Jember. Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di Daihatsu Jember yang terletak di Jalan Hayam Wuruk No.161 Sempusari Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah jawaban responden melalui item-item kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pemilik mobil Daihatsu Xenia di Jember yang tidak bisa dihitung jumlah pastinya. Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 96 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian regresi berganda atas pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan pengaruh yang positif signifikan. Ini membuktikan bahwa Harga yang sesuai akan meningkatkan Keputusan Pembelian. Hasil pengujian regresi berganda atas pengaruh Iklan di Televisi terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan pengaruh yang positif signifikan. Ini membuktikan bahwa Iklan di Televisi yang menarik akan meningkatkan Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Harga, Iklan, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This research contains about the effect of prices and advertisements on television on purchasing decisions for Daihatsu Xenia in Sempusari, Kaliwates District, Jember. The location in this study was carried out in Daihatsu Jember, which is located on Jalan Hayam Wuruk No.161 Sempusari, Kaliwates District, Jember Regency. The primary data source used in this study is the respondents' answers through the item-item questionnaire. The population of this study are all Daihatsu Xenia car owners in Jember whose exact number cannot be calculated. Thus the number of samples in this study were 96 respondents. The analytical tool used in this research is multiple linear regression analysis. The results of multiple regression examiners on the effect of price on decision decisions show a significant positive effect. This proves that a suitable Price will increase the Purchase Decision. The results of multiple regressions on the effect of advertising on television on decision making showed a significant positive effect. This proves that attractive Television Advertisements will increase Purchasing Decisions.

Keywords: Prices, Ads, Purchase Decisions.

