ABSTRAK

PENGARUH PENJUALAN TATAP MUKA DAN PERIKLANAN MELALUI MEDIA TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAB PEMBELIAN KONSUMEN PADA TELKOM SPEEDY

(SUATU SURVEY PADA KONSUMEN TELKOM SPEEDY DI UCS REGIII BANDUNG)

Oleh : Risdhika Vidiar

perkembangan teknologi internet menyebabkan persaingan yang ketat antar provider- provider internet khususnya dikota bandung. banyak strategi yang dilakukan untuk menarik konsumen melakukan pembelian, seperti penjualan yang bersifat tatap muka dan promosi melalui media periklanan televisi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penjualan tatap muka dan periklanan melalui media televisi terhadap kepututsan pembelian konsumen terhadap produk Telkom speedy di UCS REG III Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di kantor UCS REG III Bandung yang berjumlah 100 dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengujian statistik yang digunakan adalah perhitungan korelasi *pearson,* analisis regresi, korelasi, koefisien determinasi, uji hipotesis, dan juga menggunakan bantuan program aplikasi *SPSS 17.0 for windows.*

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa tingkat tanggapan responden tentang penjualan tatap muka sudah dinilai baik, tanggapan responden tentang perikalanan melalui media televisi pun baik dan tanggapan responden tentang keputusan pembelian sudah dinilai cukup baik. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara penjualan tatap muka dan periklanan melalui media televisi terhadap keputusan. sedangkan secara parsial variabel penjualan Tatap Muka memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Telkom speedy di UCS REG III Bandung.begitu juga dengan periklanan melalui media televisi yang secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : Penjualan tatap muka, periklanan melalui media televisi dan keputusan pembelian