

ABSTRAK

Reza Anggoro Pratama, **Pengaruh Advertising Media Televisi terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Tahun 2014**, di bawah bimbingan Ibu fanni Husnul Hanifa, SE.,MM.

Samsung merupakan salah satu perusahaan elektronik yang memiliki pertumbuhan positif setiap tahunnya. Keberhasilan Samsung dalam meningkatkan penjualan ini tidak lepas dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak perusahaan terutama dalam bidang periklanan.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pelaksanaan *advertising* produk *smartphone* Samsung melalui media televisi dan untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen terhadap produk *smartphone* Samsung, serta untuk mengetahui atau mengukur seberapa besar pengaruh *advertising* produk *smartphone* Samsung melalui media televisi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan metode yang digunakan adalah metode *survey* dengan *advertising* media televisi sebagai variabel bebas (X) dan keputusan pembelian konsumen sebagai variabel terikat (Y). Teknik sampling yang digunakan berupa *nonprobability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

Dari penelitian yang telah dibuat, mendapatkan hasil bahwa tanggapan responden terhadap *advertising* media televisi dan tanggapan responden terhadap keputusan pembelian dapat dikategorikan **Baik**, artinya pelaksanaan *advertising* produk *smartphone* Samsung melalui media televisi dan keputusan pembelian konsumen terhadap produk *smartphone* Samsung telah terlaksana dengan baik. Selain itu, di dalam penelitian ini didapat hasil yang menyatakan bahwa pengaruh *advertising* media televisi terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung sebesar 27,2% dan sisanya 72,8% dipengaruhi oleh faktor yang lainnya.