

ABSTRAK

Kegiatan *Public Relations* yang dilakukan PR Apartemen Gateway Pasteur Bandung diantaranya melalui penyampaian pesan-pesan melalui berbagai media komunikasi yang tujuannya adalah Memberikan informasi kepada masyarakat tentang apartemen yang mereka bangun / miliki. Kegiatan *Public Relations* yang dilakukan oleh pihak PR Apartemen *Gateway Pasteur* Bandung dikarenakan saat ini masih terdapat masalah-masalah yang dihadapi perusahaan, yaitu : belum seluruh masyarakat mengetahui tentang keberadaan Apartemen *Gateway Pasteur* Bandung, dan tingkat penjualan yang diinginkan manajemen dinilai belum sesuai harapan.

Penelitian yang dilakukan penulis bertujuan untuk mengetahui : pengaruh komunikator, media yang digunakan, dan pesan yang disampaikan pada kegiatan *Public Relations* terhadap keputusan masyarakat membeli apartemen *Gateway Pasteur* Bandung.

Penelitian ini tergolong ke dalam penelitian korelasional karena bertujuan untuk mendeteksi seberapa jauh variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan koefisien korelasi. Penelitian ini menggunakan sampling yang ditarik berdasarkan sampling probabilitas.

Hasil penelitian diperoleh sub variabel komunikator Kegiatan PR oleh PR Apartemen Gateway Pasteur Bandung memiliki pengaruh yang paling besar terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat. Secara keseluruhan, dilihat dari jawaban responden terhadap kuesioner, masih ada responden yang menjawab kurang setuju, Dengan demikian, agar Kegiatan PR oleh PR Apartemen Gateway Pasteur Bandung dapat memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat, maka saat mendatang perlu ditingkatkan lagi aspek pemilihan komunikator, pemilihan pesan yang akan disampaikan dan pemilihan media yang digunakan.

Kata Kunci : Public Relations, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Activities undertaken Public Relations Gateway Apartments Pasteur Bandung including through delivery of messages through various communication media whose goal is provide information to the public about the apartments they built / have. Public Relations activities undertaken by the Public Relations Gateway Apartments Pasteur Bandung because there are still problems facing the company, namely: not all people know about the existence of Gateway Apartments Pasteur Bandung, and the desired level of sales management considered not as expected.

Research by the author aims to find out: the influence of communicator, the media used, and the message delivered at the Public Relations activities for the community's decision to buy an apartment Gateway Pasteur Bandung.

This study belong to the correlational research as it aims to detect the extent of variations in the factors associated with variations in one or more other factors based on the correlation coefficient. This study uses a sampling drawn based on probability sampling.

The results obtained sub variables communicator PR by PR Event Gateway Apartments Pasteur Bandung has the greatest influence on purchase decisions Society. Overall, the views of respondents to the questionnaire, there are respondents who answered disagree, Thus, for PR by PR Event Gateway Apartments Pasteur Bandung may have a stronger influence on purchase decisions Society, then next time needs to be increased further aspect communicator election , the selection of messages to be delivered and the selection of media used.

Key Words : Public Relations, Buying Decision