

## ABSTRAK

**Aditya Pratama, NIM.3402180376. “Pengaruh *Television Advertising* dan *Publicity* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mobil Wuling Almaz Wuling Dealer Tasikmalaya)” Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Sukomo, Drs., M.Si. (Pembimbing 1) dan Ibu Wiwin Setianingsih, S.E., M.M. (Pembimbing 2).**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Television Advertising* dan *Publicity* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mobil Wuling Almaz Wuling Dealer Tasikmalaya).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1). Seberapa besar pengaruh *television advertising* terhadap keputusan pembelian pada Wuling Dealer Tasikmalaya?. 2). Seberapa besar pengaruh *publicity* terhadap keputusan pembelian pada Wuling Dealer Tasikmalaya?. 3). Seberapa besar pengaruh *television advertising* dan *publicity* terhadap keputusan pembelian pada Wuling Dealer Tasikmalaya?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1). Besarnya pengaruh *television advertising* terhadap keputusan pembelian pada Wuling Dealer Tasikmalaya?. 2). Besarnya pengaruh *publicity* terhadap keputusan pembelian pada Wuling Dealer Tasikmalaya?. 3). Besarnya pengaruh *television advertising* dan *publicity* terhadap keputusan pembelian pada Wuling Dealer Tasikmalaya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Senagkan untuk menganalisis data yang digunakan yaitu Analisis Koefisien Kolerasi Sederhana, Analisis Koefisien Kolerasi Berganda, Uji Koefisien Determinasi, Analisis regresi linear berganda dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikasi (Uji t dan Uji F).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: 1) *Television advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Wuling Dealer Tasikmalaya , Dengan demikian semakin baik *television advertising* pada Wuling Almaz maka akan semakin meningkat keputusan pembelian. Adapun besarnya pengaruh sebesar 27,04%. 2) *Publicity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Wuling Dealer Tasikmalaya , Dengan demikian semakin baik *publicity* pada Wuling Almaz maka akan semakin meningkat keputusan pembelian. Adapun besarnya pengaruh sebesar 25,3% 3) *Television advertising* dan *publicity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada keputusan pembelian , Dengan demikian semakin baik *Television advertising* dan *publicity* pada Wuling Almaz maka akan semakin meningkat keputusan pembelian. Adapun besarnya pengaruh sebesar 43,56%

***Kata kunci : Television Advertising, Publicity dan Keputusan Pembelian.***