

ABSTRAK

Cokelat merupakan sebutan untuk hasil olahan makanan atau minuman dari biji kakao. Ada begitu banyak merek cokelat yang dapat ditemukan di pasar baik produksi luar negeri maupun dalam negeri. Salah satu merek yang paling banyak digemari adalah SilverQueen. Dengan banyaknya merek di pasar, Cokelat SilverQueen perlu menganalisis strategi pemasarannya yaitu periklanan maupun promosi penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian melalui kesadaran merek sebagai variabel intervening. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian produk cokelat SilverQueen di Universitas Diponegoro. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan melalui kuisioner. Penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 24.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa periklanan, promosi penjualan dan kesadaran merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Periklanan, Promosi Penjualan, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian .