

ABSTRAK

Berkembangnya perdagangan bebas menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Hal ini menuntut perusahaan untuk semakin kreatif dalam menjalankan kegiatan usahanya. Salah satu diantaranya adalah dengan mengadakan promosi. Media promosi yang sering digunakan untuk menyampaikan informasi tentang produk adalah media periklanan. Periklanan merupakan salah satu media yang digunakan perusahaan. Iklan menjadi sorotan yang tajam semenjak aspek informasi menjadi bagian penting dalam bisnis. Iklan yang efektif dipandang mampu mempengaruhi kecenderungan mengkonsumsi dalam masyarakat.

Berdasarkan analisis yang telah digunakan, dapat ditarik beberapa kesimpulan pada saat dilakukan pengolahan regresi berganda. Penelitian ini memenuhi syarat validitas, reliabilitas, serta bebas dari heteroskedastisitas, multikolinearitas dan telah lolos uji normalitas. Dari persamaan regresi yang diperoleh, variabel dependen yang memiliki nilai paling signifikan yakni kredibilitas. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variable daya tarik, kredibilitas dan keahlian yang diteliti, ketiga variable tersebut secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan pada uji f menunjukkan signifikan $< 0,05$. Hal ini berarti variable daya tarik (x_1), kredibilitas (x_2) dan keahlian (x_3) secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian (y). Sedangkan koefisien determinasi diperoleh dengan nilai Adjusted R^2 41%. Artinya, variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh adanya variabel daya tarik, kredibilitas dan keahlian, sedangkan sisanya 59% dapat dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Daya tarik, Kredibilitas, Keahlian , Keputusan Pembelian