

ABSTRAK

Tinjauan dari penelitian ini adalah untuk memeriksa dan menganalisa, pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap niat beli yang diambil dari responden. Analisis ini menggunakan variabel independen yaitu periklanan dan promosi penjualan. Variabel dependen penelitian ini adalah niat beli.

Populasi dalam penelitian ini adalah calon konsumen Gedung Graha Sofia. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 100 responden, diambil dengan *non-probability sampling*. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan langsung ke responden. Metode statistik yang menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan pengujian model regresi (uji F) dan pengujian hipotesis (uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara statistik yang signifikan antara periklanan dan promosi penjualan secara parsial terhadap niat beli calon konsumen di Gedung Graha Sofia.

Kata kunci: periklanan, promosi penjualan, dan niat beli.

ABSTRACT

The objective of the research are to examine and analyze, influence of advertising and sales promotion towards purchase intentions taken by the respondent. The analysis used an independent variable of advertising and sales promotion. The dependent variable is purchase intentions.

The population of the research is prospective customer of Graha Sofia Building. Sample of the research consisted of 100 respondents, taken by non-probability sampling. Data collection using questionnaires that are distributed directly to respondents. Statistical methods that use multiplied analysis linear regression, with regression model test (F-test) dan hypotheses testing (t-test).

The result of the research showed that advertising and sales promotion are statistically influentas significantly by partial and simultaneous affect prospective customer at Graha Sofia Building.

Keywords: *advertising, sales promotion, and purchase intentions*