

ABSTRAK

NABILA ALIFIA MADINI. NIM 2019116151. Analisis Implementasi Komunikasi

Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen ACP Dekkson Di

PT. Aruna Cahaya Parama. Dibawah bimbingan Bapak Tanjung Prasetyo, SE, MP

PT. Aruna Cahaya Parama merupakan sebuah Perusahaan yang bergerak

sebagai distributor perangkat keras arsitektur yang telah bekerja sama dengan mitra di

berbagai wilayah. Aluminium Composite Panel Dekkson akan menjadi pilihan tepat

untuk segala jenis proyek, mulai dari bangunan dengan risiko kebakaran tinggi hingga

bangunan yang mengutamakan sanitasi. Akan tetapi, ada sejumlah permasalahan yang

dihadapi oleh PT. Aruna Cahaya Parama mengenai komunikasi pemasaran yang masih

kurang berjalan secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan

komunikasi pemasaran pada produk ACP Dekkson serta dampaknya terhadap

keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan fokus pada

variabel komunikasi pemasaran dan keputusan pembelian. Teknik pengumpulan data

melalui penyebaran kuesioner dengan sumber data pada penelitian ini yaitu data

primer melalui hasil pra survey dari konsumen yang mengetahui dan pernah

menggunakan ACP Dekkson, serta data sekunder yaitu data volume penjualan.

Populasi dipersempit dengan menggunakan rumus Slovin untuk menentukan ukuran

sampel.

Hasil analisis parsial menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan

komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian ACP Dekkson. Penerapan komunikasi pemasaran yang baik, terutama melalui personal selling, berkontribusi positif pada keputusan pembelian konsumen ACP Dekkson di PT. Aruna Cahaya Parama.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

NABILA ALIFIA MADINI. NIM 2019116151. Analysis of Marketing Communication Implementation on Consumer Purchasing Decisions ACP Dekkson in PT. Aruna Cahaya Parama. Under the guidance of Mr. Tanjung Prasetyo, SE, MP.

PT. Aruna Cahaya Parama is a company that operates as an architectural hardware distributor that has collaborated with partners in various regions. Dekkson Aluminum Composite Panels will be the right choice for all types of projects, from buildings with a high risk of fire to buildings that prioritize sanitation. However, there are a number of problems faced by PT. Aruna Cahaya Parama regarding marketing communications that are still not running effectively. This research aims to analyze the application of marketing communications to ACP Dekkson products and their impact on consumer purchasing decisions.

This research uses quantitative descriptive methods with a focus on marketing communication variables and purchasing decisions. The data collection technique is through distributing questionnaires with the data source in this research, namely

primary data through pre-survey results from consumers who know and have used ACP Dekkson, as well as secondary data, namely sales volume data. The population was narrowed by using the Slovin formula to determine the sample size.

The results of the partial analysis show that there is a positive and significant influence of marketing communications on purchasing decisions for ACP Dekkson.

The implementation of good marketing communications, especially through personal selling, contributes positively to ACP Dekkson's consumer purchasing decisions at PT.

Aruna Cahaya Parama..

Keywords: Marketing Communications and Purchasing Decisions