

## ABSTRAK

**Yuliana Safitri Tumulo, NIM 7123210070. “Pengaruh Iklan, Positioning Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Coca Cola pada Indomaret Jl. Williem Iskandar Medan”. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan 2015.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan positioning merek terhadap keputusan pembelian konsumen minuman Coca Cola. Penelitian ini dilakukan pada Indomaret Jl. Williem Iskandar Medan dengan jumlah populasi 73 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Total Sampling* dengan jumlah sampel 73 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner (angket) yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sampel (responden) dan mengumpulkannya kembali. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Jalur yang dioperasikan melalui program SPSS versi 23.0 *for windows*.

Setelah data dianalisis maka diperoleh analisis jalur pengaruh iklan dan positioning merek terhadap keputusan pembelian yaitu Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap positioning merek sebesar 73,3%. Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 70,2 %. Pengaruh positioning merek terhadap keputusan pembelian sebesar 41,7 %. Dengan koefisien determinan (R Square) sebesar 57,4%. Nilai R Square menunjukkan bahwa variabel independen yaitu variabel iklan dan positioning merek mampu menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan pembelian sebesar 57,4% dan sisanya sebesar 42,6% dipengaruhi oleh faktor - faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Kata kunci : Iklan, Keputusan Pembelian Konsumen , Positioning Merek**

## ***ABSTRACT***

**Yuliana Safitri Tumulo, NIM 7123210070. "Influence of Advertising, Brand Positioning Consumer Purchase Decision Against Coca Cola Beverages at Indomaret Jl. Willem Iskandar Terrain ". Thesis Department of Management Faculty of Economics, University of Medan, 2015.**

This study aims to determine the influence of advertising and brand positioning on consumer purchasing decisions drink Coca Cola. Research was conducted on Indomaret Jl. Willem Iskandar, Medan with a population of 73 people. Total sampling using sampling with a sample of 73 people.

Data collection techniques used is through a questionnaire (questionnaire) that is by distributing questionnaires kapada sample (respondents) and collect them again. Data analysis technique used is operated through Path Analysis SPSS version 23.0 for Windows.

After the data is analyzed, the obtained path analysis the influence of advertising and brand positioning to the purchasing decision is positive and significant impact ads on brand positioning 73.3%. Ads positive and significant impact on consumer purchasing decisions amounted to 70.2%. Brand positioning influence on purchasing decisions by 41.7%. With the determinant coefficient (R Square) of 57.4%. Rated R Square shows that the independent variable is the variable advertising and brand positioning is able to explain the dependent variable is the purchasing decision of 57.4% and the remaining 42.6% is influenced by factors - other factors not discussed in this study.

**Keywords: Advertising, Brand Positioning , Consumer Purchase Decision**

