

Abstrak

Tugas Akhir ini bertujuan untuk menentukan apakah ada pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian koran di PT. Pikiran Rakyat Bandung. Masalah yang diteliti adalah bagaimana periklanan PT. Pikiran Rakyat Bandung, bagaimana keputusan pembelian Koran di PT. Pikiran Rakyat Bandung dan bagaimanakah pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian. Peneliti menggunakan Teknik kuantitatif dan deskriptif. Populasi diambil dari populasi kota Bandung yang menggunakan jasa PT. Pikiran Rakyat Bandung. Untuk Sampeling, penulis mengambil data dari perusahaan yang memasang iklan mereka kepada PT. Pikiran Rakyat melalui Agen. Alat analisis data dalam laporan ini menggunakan uji validasi, uji reabilitas, uji normalitas, uji regresi sederhana dan uji t. berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, Secara Keseluruhan tingkat Periklanan PT. Pikiran Rakyat Bandung sebesar 71,65% berada dalam kategori cukup setuju dipersepsikan oleh konsumen dan tingkat Keputusan Pembelian PT. Pikiran Rakyat Bandung sebesar 75,06% berada dalam kategori cukup setuju

Kata Kunci : Pengaruh Periklanan, Keputusan Pembelian, PT. Pikiran Rakyat Bandung