

Abstrak

Pengaruh Iklan dan Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Dr Laser di PT Dimarco Mitra Utama Bandung

Oleh: Mamun Munawar

NPM: 9882405219211033

Email: Whena.yana@gmail.com

Penyakit tidak manular menjadi permasalahan utama hingga saat ini dalam dunia kesehatan. Penderita penyakit tidak manular seperti jantung, stroke, dan Diabetes menjadi penyumbang angka kematian tertinggi didunia termasuk di Indonesia. PT Dimarco Mitra Utama Ikut berkontribusi untuk membantu mengatasi permasalahan ini dengan menghadirkan produk dengan teknologi gelombang laser 650 nm dimana fungsinya untuk mengatasi penyakit tidak manular. Persaingan antara perusahaan sejenisipun tidak dapat terhindarkan oleh karena itu menyebabkan penjualan Dr Laser sendiri mengalami penurunan pada tahun 2021 dapat terlihat dari total penjualannya yang semakin merosot dan pencapaian targetpun menurun. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis akan melihat pengaruh komunikasi pemasaran melalui iklan dan *event marketing* yang dilakukan perusahaan untuk mengatasi permasalahan penjualan. Penelitian ini berjudul Pengaruh Iklan dan *Event Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dr Laser di PT Dimarco Mitra Utama Bandung. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, menggunakan alat Koesioner untuk mendapatkan tanggapan responden, dimana sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dari konsumen PT Dimarco Mitra Utama Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan Iklan dan *event marketing* secara parsial dan simultan memiliki pengaruh dengan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Dr Laser di PT Dimarco Mitra Utama Bandung, dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 63,8%. Jadi jika iklan dan *event marketing* dilakukan dengan baik maka dapat meningkatkan keputusan pembelian di PT Dimarco Mitra Utama Bandung.

Kata Kunci: Dr Laser, Iklan, *Event Marketing*, Dimarco Bandung

Abstract

The Effect of Advertising and Event Marketing on the Decision to Purchase Dr Laser Products at PT Dimarco Mitra Utama Bandung

By: Mamun Munawar

NPM: 9882405219211033

Email: Whena.yana@gmail.com

Non-communicable diseases are a major problem to date in the world of health. Patients with non-communicable diseases such as heart disease, stroke, and diabetes are the highest contributors to death rates in the world, including in Indonesia. PT Dimarco Mitra Utama Ikut contributes to help overcome this problem by presenting products with 650 nm laser wave technology where its function is to overcome non-communicable diseases. Competition between similar companies is unavoidable, therefore causing Dr Laser's own sales to decline in 2021, which can be seen from its declining total sales and declining target achievement. Therefore, in this study the author will look at the effect of marketing communication through advertising and event marketing by the company to overcome sales problems. This research is entitled The Effect of Advertising and Event Marketing on the Purchase Decision of Dr Laser Products at PT Dimarco Mitra Utama Bandung. This study uses a quantitative approach, using a questionnaire tool to obtain respondents' responses, where the sample in this study amounted to 100 people from consumers of PT Dimarco Mitra Utama Bandung. The results showed that the relationship between advertising and event marketing partially and simultaneously had a positive and significant effect on purchasing decisions for Dr Laser products at PT Dimarco Mitra Utama Bandung, and could influence purchasing decisions by 63,8%. So if advertising and event marketing are done well, it can improve purchasing decisions at PT Dimarco Mitra Utama Bandung.

Keywords: Dr Laser, Advertising, Event Marketing, Dimarco Bandung