

ABSTRAK

Harizatul Qudsiyah 100211100103. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu AS (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). Dibimbing oleh Dr. H. Muh. Syarif, Drs., Ec. M.Si. dan Suyono, S.E, M.S.M.

Sebagai unit usaha yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan harus mengetahui apa yang menjadi daya tarik konsumen membeli produk kartu AS, dengan mengetahui apa yang menyebabkan konsumen membeli, maka perusahaan dapat menentukan dan menyusun strategi yang kompetitif khususnya *promotion mix*, sehingga perusahaan dapat menarik lebih banyak konsumen dan mempertahankan konsumennya. Menurut top brand index kartu AS hanya menduduki peringkat ke 4 dari market share perindustrian telekomunikasi di Indonesia, padahal selayaknya sebagai pelopor kartu prabayar di Indonesia seharusnya menduduki peringkat pertama.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel bauran promosi yang terdiri dari periklanan (X1), penjualan pribadi (X2), promosi penjualan (X3), dan hubungan masyarakat (X4) baik secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian (Y) serta untuk mengetahui variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan pada bauran promosi pada mahasiswa pengguna kartu AS di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 50 responden dan penelitian dilakukan pada bulan Desember 2013. Metode pengumpulan data dengan cara penelitian lapang dengan membagikan kuesioner dan riset perpustakaan. Teknik pengolahan data menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 16.0 *for windows* dan menggunakan skala *likert*.

Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari periklanan (X1), penjualan pribadi (X2), promosi penjualan (X3), dan hubungan masyarakat (X4) mempengaruhi variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) mahasiswa pengguna kartu AS di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.

Hasil dari uji t (parsial) membuktikan bahwa variabel bebas yang terdiri dari periklanan (X1), penjualan pribadi (X2), promosi penjualan (X3), dan hubungan masyarakat (X₄) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) mahasiswa pengguna kartu AS di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.

Dapat disimpulkan bahwa dari keempat variabel bebas, variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian (Y) mahasiswa pengguna kartu AS di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura adalah penjualan pribadi (*personal selling*) (X₂).

Kata Kunci: Bauran Promosi dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

HARIZATUL QUDSIYAH. 100211100103. The Influence Of Promotion Mix On Purchasing Decisions Of AS Card Cellular (a Study On The Student Of Economy and Business Faculty Trunojoyo Madura University). Guided by Dr. H. Muh. Syarif, Drs., Ec. M.Si., and Suyono,S.E, M.S.M.

As a business unit that wants to survive, a company needs to know why costumer buys their product, by knowing the “why” factor, the company can manage to set some strategic plans especially its promotion mix, so the company can not only maintain its current consumers and retain customers.

The purpose of this research were to find the influence of promotion mix was consist of advertising (X1), personal selling (X2), sales promotion (X3), and public relations (X4) both simultan and partial on purchasing decisions (Y) and also to find the biggest variable effect promotion mix towards college students user AS card cellular of Economics and Business Faculty Trunojoyo Madura University.

The Population of this Research was college students at Faculty of Economics and Business Trunojoyo Madura University. The Method used in this research was purposive sampling, by 50 respondents and the research done in December 2013. The data collecting method were collecting kuesioner and library research. The Data Processing technique was used software of SPSS version 16.0 windows used scale of likert.

The result of this research from F test (simultan) proved the advertising (X1), personal selling (X2), sales promotion (X3), and public relations (X4) effected the purchase decision (Y) of college students user AS card cellular at Economics and Business Faculty Trunojoyo Madura University.

The result from t test (partial) proved the advertising (X1), personal selling (X2), sales promotion (X3), and public relations (X4) had an signifikan effect towards purchase decision (Y) of college students user AS card cellular at Economics and Business Faculty Trunojoyo Madura University.

It could be concluded that from fourth free variable which have biggest influence towards purchase decisions (Y) of college students user AS card cellular at Economics and Business Faculty Trunojoyo Madura University is personal selling (X2).

Keywords: Promotion Mix and Purchase Decision.