

ABSTRAK

Alfia Tri Kurnia, pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy (Studi pada CV. Surya Agung Motor Bangkalan). Bimbingan Suyono, SE..., M.S.M

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy (Studi pada CV. Surya Agung Motor Bangkalan). Tujuan lain dari penelitian adalah untuk menjelaskan pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda Scoopy, baik secara parsial maupun secara simultan.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli sepeda motor Honda Scoopy di CV Surya Agung Motor Bangkalan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Data didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang pernah membeli sepeda motor Honda Scoopy di CV. Surya Agung Motor Bangkalan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji f dengan menggunakan SPSS versi 26. Hasil uji t diketahui bahwa periklanan dan penjualan pribadi secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi penjualan secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan hubungan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji f diketahui periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Pribadi, Hubungan Masyarakat, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Alfia Tri Kurnia, the influence of the promotion mix on the decision to purchase a Honda Scoopy motorcycle (study on CV. Surya Agung Motor Bangkalan). Guidance of Suyono, SE..., M.S.M

This study aims to explain the effect of the promotion mix on purchasing decisions for Honda Scoopy motorcycle (Study on CV. Surya Agung Motor Bangkalan). Another purpose of this study is to explain the effect of the promotion mix on the decision to purchase a Honda Scoopy motorcycle, either partially or simultaneously.

This research was conducted with quantitative methods using primary data. The population in this study are consumers who have bought a Honda Scoopy motorcycle at CV. Surya Agung Motor Bangkalan. Sampling technique used in this research is purposive sampling. The data was obtained by distributing questionnaires to consumers who had bought a Honda Scoopy motorcycle at CV. Surya Agung Motor Bangkalan.

This research data analysis technique used the t test and f test using SPSS version 26. The result of the t test show that advertising and personal selling partially have a positive and insignificant effect on purchasing decisions, sales promotion partially have a negative and insignificant effect on purchasing decision, while public relation partially positive and significant effect on purchasing decision. While the result of the F test show that advertising, sales promotion, personal selling, and public relation simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Key words : Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Public Relation, Purchase Decision