

ABSTRACT

Faisol Rozi. 2015. Influence Promotion Mix Against Consumer Purchase Decision Batik Tanjung Bumi at CV. Sumber Arafat. Under the guidance of Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM. and Yudhi Prasetya Mada, SE., MM.

The purpose of this study is (1) To find out the effect of the promotion mix consists of advertising, sales promotion, personal selling, publicity, together have an influence on consumer purchase decisions batik Tanjung Bumi at CV.Sumber Arafat, (2) To find out variable wath have dominant influence on consumer purchase decisions batik Tanjung Bumi at CV. Sumber Arafat.

This study uses a quantitative approach which seeks to find out how the promotional mix effect on consumer purchase decisions batik Tanjung Bumi at CV. Sumber Arafat. The technique of sampling using accidental sampling and obtained a sample of 97 respondents. To test instrument using validity test, reliability test, and classical assumption. While the data analysis technique that uses multiple linear regression analysis for variables used more than two variables, the F test and t test.

The test results that the promotion mix consists of advertising, sales promotion, personal selling, publicity effect together to the consumer decision batik Tnajung Bumi at CV. Sumber Arafat. It means the first hypothesis is true and accepted, and personal selling variables dominant influence on consumer purchase decisions batik Tanjung Bumi at CV.Sumber Arafat, That is why, the second hypothesis is true and accepted.

Keywords: Promotion Mix and purchase decision.

ABSTRAK

Faisol Rozi. 2015. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik Tanjung Bumi Pada CV. Sumber Arafat. Dibawah bimbingan Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM. dan Yudhi Prasetya Mada, SE., MM.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, publisitas, secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen batik Tanjung Bumi pada CV. Sumber Arafat, (2) Untuk mengetahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen batik Tanjung Bumi pada CV. Sumber Arafat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berusaha untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian konsumen batik Tanjung Bumi pada CV. Sumber Arafat. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dan diperoleh sampel sebanyak 97 responden. Untuk menguji instrumen menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Sedangkan teknik analisis data yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel, dengan uji F dan uji t.

Hasil pengujian bahwa bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, publisitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen batik Tanjung Bumi pada CV. Sumber Arafat, berarti hipotesis yang pertama bisa diterima (benar) dan variabel penjualan pribadi berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen batik Tanjung Bumi pada CV. Sumber Arafat, sehingga dapat dikatakan hipotesis yang kedua dapat diterima (benar).

Kata Kunci : Bauran Promosi dan Keputusan pembelian.