

ABSTRACT

Wiwin Ambarwati, The Effect of Promotion Mix on Purchasing Decisions of Study Decisions of Students of the Faculty of Economics and Business. Under the guidance of Dr. Drs. H. Pribanus Wantara, M.M.

This study aims to determine the promotion mix which consists of advertising, sales promotion, personal selling, publicity of lapis kukusahlawan buyers (Studies on Students of the Faculty of Economics and Business) from 2017 to 2020. Sampling in this study used random sampling and analyzed using analysis. multiple linear regression. The results of this study indicate that the promotion mix consisting of advertising, sales promotion, sales promotion and publicity has a simultaneous effect on purchasing decisions, and advertising, sales promotion, persolan sales and publicity variables have a partially significant effect on purchasing decisions.

Keywords: advertising, sales promotion, persolan sales, publicity and purchasing decisions.

ABSTRAK

Wiwin Ambarwati , Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keputusan Study Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dibawah bimbingan Dibawah bimbingan Dr.Drs. H. Pribanus Wantara, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, publisitas pembeli lapis kukus pahlawan (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis) tahun 2017 sampai 2020. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan random sampling dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, penjualan persolan dan publisitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, dan variabel periklanan, promosi penjualan, penjualan persolan dan publisitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci : periklanan, promosi penjualan, penjualan persolan, publisitas dan keputusan pembelian.