

ABSTRAK

Muhammad Reezi, No. BP 16101155310485, Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis (2020), Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Toko Celcius Padang), dibawah bimbingan Bapak Emil Salim, SE., MM dan Bapak Vicky Brama Kumbara, SE., B.Ba, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Bauran Promosi secara bersama-sama (simultan) dan parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko Celcius Padang. Metode pengumpulan data melalui survei dan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, analisis korelasi, analisis linier berganda, Koefisien Determinasi, untuk uji hipotesis digunakan uji f dan uji t. Sampel perusahaan ini berjumlah 98 responden.

Berdasarkan penelitian yang didapatkan berdasarkan uji parsial (uji t) diperoleh : (a) Penjualan Perseorangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (b) Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (c) Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (d) Hubungan Masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (e) Pemasaran Langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kemudian berdasarkan uji hipotesis secara bersama-sama (uji f) menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Penjualan Perseorangan, Promosi Penjualan, Periklanan, Hubungan Masyarakat, Pemasaran Langsung terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji koefisien determinasi *Adjust r square* sebesar 0,646 menunjukkan sumbangan Penjualan Perseorangan, Promosi Penjualan, Periklanan, Hubungan Masyarakat, Pemasaran Langsung terhadap keputusan Pembelian sebesar 0.768 atau 76,8 %. Sedangkan sisanya adalah 23,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : Penjualan Perseorangan, Promosi Penjualan, Periklanan, Hubungan Masyarakat, Pemasaran Langsung dan Keputusan Pembelian