

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN MEMBELI SEPEDA MOTOR HONDA
(Studi pada Dealer Pt. Aries Putera Mandiri)
JOMBANG**

ABSTRAK

Oleh :
Suryanto Ade Saputra

Dosen Pembimbing :
Nuri Purwanto, SST, MM.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya masyarakat yang membeli sepeda motor Honda. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap keputusan konsumen membeli sepeda motor Honda di PT. Aries Putra Mandiri. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Sampel dalam penelitian ini 110 orang yang diambil dengan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung mempengaruhi keputusan pembelian. Secara parsial hanya periklanan, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung yang berpengaruh signifikan sedangkan promosi penjualan dan hubungan masyarakat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan,
Hubungan Masyarakat, Pemasaran Langsung,
Keputusan Pembelian**

**THE INFLUENCE OF PROMOTION MIX TO CONSUMER
DECISION TO BUY HONDA MOTORCYCLE
(Study At The Dealer PT Aries Putra Mandiri)
JOMBANG**

ABSTRACT

By :
Suryanto Ade Saputra

Supervisor:
Nuri Purwanto, SST, MM.

This research is motivated by the increasing number of people who buy motorcycles honda. tujian this research is to determine the influence of promotion mix of consumer decision to buy motorcycles honda. penelitian this using associative method. sampel in this study 110 people taken with technique. teknik data analysis using multiple linear regression analysis, the classical assumption test. The results showed simultaneously advertising, personal selling, sales promotion, public relations, direct marketing influencing purchasing decisions. partially only advertising, personal selling, and direct marketing significant influence while sales promotion and community relations has no significant effect on purchasing decisions

Keywords : advertising, personal selling, sales promotion, public relations, direct marketing