

“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Botol Sosro (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember)”

Dini Ekawati Fatimah ¹⁾, Ratih Puspitorini Y.A ²⁾, Naning Retnowati ³⁾

ABSTRAK

Pengambilan lokasi Tugas Akhir ini bertempat di Jurusan Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember. Tujuan penelitian ini adalah (1) Pengaruh Periklanan, Promosi penjualan, dan Penjualan Perorangan terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Botol Sosro secara serempak maupun parsial, (2) Variabel yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Periklanan (X_1), Promosi Penjualan (X_2), Penjualan Perorangan (X_3). Teknik analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa: (1) Secara serempak Periklanan, Promosi Penjualan dan Penjualan Perorangan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (2) Secara parsial Periklanan, Promosi Penjualan, dan Penjualan Perorangan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (3) Variabel Periklanan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian produk Teh Botol Sosro.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Keputusan Pembelian, Teh Botol Sosro

- ¹⁾ Dini Ekawati Fatimah, Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi D-IV Manajemen Agroindustri
- ²⁾ Ratih Puspitorini Yekti, SE, MM, Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi D-IV Manajemen Agroindustri
- ³⁾ Naning Retnowati S.TP, MP, Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi D-IV Manajemen Agroindustri