

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN OZZY CELLULER DI CABANG CIUMBULEUIT
BANDUNG**

Penulis:

Gina Sonia

Pembimbing:

Terra Saptina Maulani, SE., M.Si.

ABSTRAK

Ketatnya perkembangan teknologi dan komunikasi saat ini sangat pesat, mengakibatkan adanya tuntutan komunikasi yang lancar untuk menyampaikan berbagai informasi. Komunikasi merupakan kebutuhan yang paling penting bagi setiap manusia. Tanpa komunikasi, manusia tidak dapat saling mengenal secara lebih jauh diantara manusia yang satu dengan yang lainnya. Meskipun bahasa yang digunakan oleh setiap manusia di dunia ini berbeda-beda, tetapi komunikasi merupakan jalan yang efektif dalam berinteraksi sesama manusia, hal ini ditunjukkan dari jumlah pengguna *smartphone* yang terus meningkat. Munculnya perilaku masyarakat tersebut membuat permintaan akan Pengaruh promosi penjualan *smartphone* pun meningkat pesat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai bauran promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Ozzy Celluler di Cabang Ciumbuleuit Bandung. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* dengan *non probability sampling*, dengan jumlah responden 100 responden. Kemudian, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif, verifikatif dan analisis regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pengaruh bauran promosi Ozzy Celluler di Cabang Ciumbuleuit Bandung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.899 > 1.980$). Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh hasil $Y = 9.920 + 0.306 X$. Berdasarkan uji koefisien determinasi, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Bauran Promosi memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan persentase sebesar 19.7% sedangkan sisanya yaitu 80.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Kata Kunci : Bauran Promosi dan Keputusan Pembelian.

***EFFECT OF PROMOTIONAL MIXTURE ON OZZY CELLULER
PURCHASE DECISIONS IN CIUMBULEUIT BRANCH BANDUNG***

Author:

Gina Sonia

Advisor:

Terra Saptina Maulani, SE., M.Si.

The tight development of technology and communication is currently very rapid, resulting in the demand for smooth communication to convey various information. Communication is the most important requirement for every human being. Without communication, humans cannot get to know each other more than one human being with each other. Although the language used by every human in this world is different, but communication is an effective way of interacting with fellow humans, this is indicated by the increasing number of smartphone users. The emergence of community behavior is making a demand for the influence of smartphone sales promotion is increasing rapidly.

This study aims to determine consumer responses regarding the promotion mix to consumer purchasing decisions of Ozzy Celluler at Ciumbuleuit Bandung Branch. The method used is descriptive and verification method. Sampling is done by probability sampling method with non probability sampling, with the number of respondents 100 respondents. Then, for data analysis used descriptive analysis, verification and simple linear regression analysis.

Based on the results of hypothesis testing the influence of the Ozzy Celluler promotion mix at Ciumbuleuit Bandung Branch has a significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($4,899 > 1,980$). Based on the results of simple linear regression analysis the results of $Y = 9.920 + 0.306 X$ are obtained. Based on the test of the coefficient of determination, it can be concluded that the Promotion Mix has an influence on purchasing decisions, with a percentage of 19.7% while the remaining 80.3% is influenced by other factors .

Keywords: Promotion Mix and Purchase Decision.