



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SIM CARD TELKOMSEL (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT BULUH KASAP KOTA DUMAI)

**CLOUGINA OCTANIA ERHAN**  
**NIM.11471202502**

*Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian sim card Telkomsel pada masyarakat Buluh Kasap kota Dumai. Jumlah sampel dalam penelitian adalah 99 orang responden dengan metode pengambilan sampel Accidental Sampling. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan didapatkan persamaan regresi linier berganda  $Y = 0,651 + 0,184X_1 + 0,302X_2 + 0,389X_3 + 0,224X_4 + e$  Hasil  $F_{hitung}$  sebesar  $(6,165) > F_{tabel} (2,600)$  dengan Sig.  $(0,000) < 0,05$ . Artinya ada pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian sim card Telkomsel pada masyarakat Buluh Kasap kota Dumai secara bersamaan. Dengan nilai R 0,456 berarti bauran promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sim card Telkomsel pada masyarakat Buluh Kasap kota Dumai sebesar 45,6%. Dan 54,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.*

**Kata Kunci :** *Bauran Promosi (Periklanan, Direct Marketing, Public Relation, Sales Promotion), Keputusan Pembelian.*