



## 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 TOYOTA AVANZA PADA PT. AGUNG AUTOMALL CABANG SOEKARNO HATTA PEKANBARU**

Oleh :

**HASBI MAULANA TR  
NIM. 11471102159**

*Penelitian ini dilakukan pada PT. Agung Automall Cabang Soekarno Hatta Pekanbaru yang beralamat di jalan Soekarno Hatta, Pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh personal selling, sales promotion, advertising dan direct marketing baik secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Pada PT. Agung Automall Soekarno Hatta Kota Pekanbaru. Dengan harapan agar meningkatkan penjualannya dengan melakukan kegiatan promosi secara intensif dan melakukan proses distribusi untuk memperlancar proses arus pemesanan mobil merek Toyota hingga pengiriman. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 52 orang responden dengan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan empat variable bebas dari bauran promosi yaitu personal selling, sales promotion, advertising dan direct marketing, sedangkan variable terikatnya adalah keputusan pembelian. Dari hasil penelitian, dari uji parsial keempat variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kemudian secara simultan keempat variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan kontribusi variabel Personal Selling, Sales Promotion, Advertising dan Direct Marketing terhadap variabel Keputusan Pembelian mobil Toyota Avanza di Agung Automall Cabang Soekarno Hatta Pekanbaru adalah sebesar 91,8%, sedangkan sisanya 8,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.*

**Kata Kunci : Personal Selling, Sales Promotion, Advertising, Direct Marketing dan Keputusan Pembelian**