

## ABSTRAK

**Pameilia Rolisiani, NIM 3402150414. “Pengaruh *Integrated Marketing Communication* terhadap keputusan pembelian (Penelitian pada PT Bahana Cahaya Sejati Ciamis)”. Dibawah bimbingan Hj. Renny Sri Purwanti, S.Pd., M.M. (Pembimbing I) dan Elin Herlina, S.Pd., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Integrated Marketing Communication* Terhadap keputusan pembelian (Penelitian Pada PT Bahana Cahaya Sejati Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1) Bagaimana *Integrated Marketing Communication* di PT.Bahana Cahaya sejati Ciamis? 2) Bagaimana keputusan pembelian di PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis? 3) Bagaimana Pengaruh *Integrated Marketing Communication* terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1) *Integrated Marketing Communication* di PT.Bahana Cahaya sejati Ciamis. 2) Keputusan pembelian di PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis. 3) Pengaruh *Integrated Marketing Communication* terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis verifikatif. Dengan alat analisis yaitu regresi linear sederhana, koefisien korelasi rank *spearman*, determinasi, dan uji t.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara *Integrated Marketing Communication* terhadap keputusan pembelian sebesar 46,24%.

Diharapkan PT.Bahana Cahaya Sejati Ciamis dapat mempertahankan *Integrated Marketing Communication* dengan melakukan promosi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci : *Integrated Marketing*, keputusan pembelian.**