

PENGARUH *PROMOTION MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PERUMAHAN GRAND PARIGI KAB. PANGANDARAN)

Lupita Sari Rahayu
Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis
E-mail: Lupitasari009@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan pada *Promotion Mix* terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Perumahan Grand Parigi).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1]. Bagaimana *promotion mix* pada perumahan Grand Parigi Kab Pangandaran?; 2]. Bagaimana keputusan pembelian pada perumahan Grand Parigi Kab. Pangandaran?; 3]. Bagaimana pengaruh *promotion mix* terhadap keputusan pembelian?; Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. Untuk mengetahui adanya pengaruh *promotion mix* terhadap keputusan pembelian pada perumahan Grand Parigi Kab. Pangandaran; 2]. Untuk mengetahui keputusan pembelian pada perumahan Grand Parigi Kab. Pangandaran; 3]. Untuk mengetahui pengaruh *Promotion Mix* terhadap keputusan pembelian pada perumahan Grand Parigi Kab. Pangandaran.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini survey eksplanasi dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Pengujian Secara Parsial (Uji t), Analisis Koefisien Determinasi dan Analisis Regresi Linier Sederhana.

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjuk bahwa *promotion mix* memiliki tingkat hubungan yang rendah dan berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa hipotesis diterima, sehingga *promotion mix* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Grand Parigi. Artinya semakin baik *promotion mix* maka keputusan pembelian semakin meningkat.

Diharapkan Perumahan Grand Parigi mampu meningkatkan lagi mengenai *promotion mix* terutama yang berkaitan dengan promosi penjualan, penjualan perorangan dan hubungan masyarakat

Kata Kunci : Promotion Mix, Keputusan Pembelian