

ABSTRAK

Pengaruh Promosi Penjualan, Periklanan, dan Hubungan Masyarakat pada Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova di Auto 2000 Cabang Padang

Oleh: Yahdi El Khairi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian mobil kijang innova di Auto 2000 cabang Khatib Sulaiman Kota Padang. (2) Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian mobil Kijang Innova di Auto 2000 cabang Khatib Sulaiman Kota Padang. (3) Pengaruh hubungan masyarakat terhadap keputusan pembelian mobil Kijang Innova di Auto 2000 cabang Khatib Sulaiman Kota Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif. Penelitian ini dilakukan di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau calon pembeli pada auto 2000 di Kota Padang. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis penelitian ini adalah analisis jalur dengan program SPSS Versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Kijang Innova di Auto 2000 cabang Khatib Sulaiman Kota Padang. (2) Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Kijang Innova di Auto 2000 cabang Khatib Sulaiman Kota Padang. (3) Hubungan Masyarakat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Kijang Innova di Auto 2000 cabang Khatib Sulaiman Kota Padang.