

**PENGARUH IKLAN, HUBUNGAN MASYARAKAT, PROMOSI  
PENJUALAN DAN PEMASARAN LANGSUNG TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**  
**(Survey pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Pelanggan Go-Food – Gojek)**

Bagus Prastyanto  
NIM: 141140117  
Mahasiswa Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta  
[bagusprastyanto7@gmail.com](mailto:bagusprastyanto7@gmail.com)

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh iklan, hubungan masyarakat, promosi penjualan dan pemasaran langsung terhadap keputusan pembelian ada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta pelanggan Go-Food Gojek. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 100 responden yang melakukan pembelian makanan melalui Go-food (Gojek) di Yogyakarta. Metode dalam teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Uji alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan adalah koefisien korelasi, determinasi, regresi linier berganda, uji t, regresi linier berganda, dan uji F. Penelitian ini bertujuan, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklan, hubungan masyarakat, promosi penjualan, pemasaran langsung terhadap keputusan pembelian. Secara parsial iklan dan hubungan masyarakat tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan promosi penjualan dan pemasaran langsung berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci** : iklan, hubungan masyarakat, promosi penjualan, pemasaran langsung terhadap keputusan pembelian