

ABSTRAKSI

Penelitian dilakukan pada konsumen kartu perdana Indosat IM3 yang berlokasi di wilayah Condong catur. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data Primer dan data Sekunder. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan analisis diskriptif dan kuantitatif (Regresi Berganda).

Hasil analisis regresi berganda diketahui bahwa bauran promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu perdana Indosat IM3 di wilayah Condong Catur yaitu sebesar 82%. Secara parsial menunjukkan bahwa periklanan ($t=0,122$) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu perdana Indosat IM3 di wilayah Condong Catur. Sedangkan promosi penjualan ($t=0,000$), publisitas ($t=0,014$), penjualan personal ($t=0,000$), dan pemasaran langsung ($t=0,015$) berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu perdana Indosat IM3 di wilayah Condong Catur. Promosi penjualan merupakan variabel yang dominan terhadap keputusan pembelian kartu perdana Indosat IM3 di wilayah Condong Catur.

Kata kunci: bauran promosi, keputusan pembelian