

ABSTRAK

ISRAIL, 2017. *Pengaruh Bauran promosi Terhadap minat konsumen pada PT. Sinar Mitra Sepadan Finance Kota Parepare.* Di dalam penyusunan skripsi ini penulis di bawah bimbingan Hj.Ruliaty, selaku pembimbing I dan Sitti Marhumi, selaku pembimbing II

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Bauran promosi (periklanan, penjualan pribadi dan promosi penjualan) Terhadap minat konsumen pada PT. Sinar Mitra Sepadan Finance Kota Parepare

Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner, studi kepustakaan, terkait sesuai tujuan penelitian. Teknik analisisnya menggunakan regresi berganda dengan uji hipotesis, yaitu uji F dan uji T. Jumlah sampel sebesar 88 konsumen dengan menggunakan metode Simple Random Sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran Promosi yang meliputi variabel periklanan, penjualan pribadi dan promosi penjualan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap minat konsumen pada PT Sinar Mitra Sepadan Finance Kota Parepare. Secara parsial, variabel periklanan dan penjualan pribadi merupakan variabel yang berpengaruh terhadap minat konsumen sedangkan variabel promosi penjualan tidak berpengaruh terhadap minat konsumen.

Kata kunci: *Bauran Promosi, Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, Minat Konsumen.*