

ABSTRAK

Rahman, 2022, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Ubuntu Makassar. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Bapak Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si., dan Bapak Andi Risfan Rizaldi, S.E.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat dan Pemasaran Langsung Berpengaruh terhadap Minat beli konsumen pada Toko Ubuntu Makassar. Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan, dimulai pada bulan Januari hingga Februari 2022. Berdasarkan perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini adalah 140 orang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan regresi linier berganda yang di olah menggunakan Aplikasi SPSS v16.0 for *windows*.

Berdasarkan hasil analisis data maka penelitian ini menunjukkan bahwa, Periklanan, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, dan Pemasaran Langsung. Berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko Ubuntu Makassar. Sedangkan Penjualan Pribadi tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada toko Ubuntu Makassar.

Kata Kunci : Bauran Promosi terhadap minat beli konsumen