ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha yang pesat menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan menentukan strategi yang tepat supaya dapat bertahan di tengah persaingan serta dapat meningkatkan profitabilitas. Pada saat ini industri transportasi motor semakin marak di Indonesia. Perusahaan PT Yamaha Indonesia merupakan salah satu badan usaha yang mengkonsentrasikan salah satu bidang usahanya di sektor industri transportasi darat yaitu motor. Sebagai suatu perusahaan swasta tentu saja PT. Yamaha Indonesia hadir untuk mendapatkan keuntungan sekaligus memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Akan tetapi bukan hanya PT. Yamaha sendiri yang bergerak di bidang transportasi motor ini sehingga hal ini menimbulkan persaingan antar perusahaan yang bergerak di bidang ini.

Jenis penelitian ini ialah Deskriptif bersifat kausal, dengan tujuan untuk melihat pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian Yamaha Mio cabang Ciwastra. Subjek penelitian adalah pada konsumen yang mendatangi Dealer Yamaha Ciwastra dan jumlah responden sebesar 100 orang. Analisa menggunakan Regresi Sederhana yang melibatkan 2 skala, yaitu sekala bauran promosi dan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui Bauran Promosi secara keseluruhan dalam kategori Sangat Baik dengan presentase sebesar 90,27% sedangkan untuk Keputusan Pembelian sebesar 90,47%. Penulis dapat menyimpulkan bahwa Pengaruh Bauran Promosi secara signifikan berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian sebesar 48,0% dan sisanya sebesar 52,0% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : Bauran Promosi, Keputusan Pembelian