

ABSTRAK

Transportasi merupakan sarana pendukung kegiatan manusia sehari-hari. Namun transportasi umum seperti bus dan angkutan kota banyak yang dinilai tidak layak beroperasi karena tidak nyaman ditumpangi, maka saat ini penggunaan transportasi pribadi berupa mobil lebih banyak diminati. Peluang ini yang dimanfaatkan oleh beberapa produsen otomotif yaitu Toyota, salah satu dealer Toyota adalah PT. Astra International, Tbk Auto 2000. Dilihat dari hasil penjualan yang tidak stabil dapat dilihat bagaimana bauran promosi, dan berpengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Peneliti menggunakan metode deskriptif berbentuk kausal dengan pendekatan kuantitatif dan menyebarkan kuesioner pada 95 responden. Hasil dari penelitian ini dinilai bahwa pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian 19.1% dan 80.9% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. nilai *koefisien korelasi* yaitu 0.437 merupakan kategori cukup. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara bauran promosi terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Keputusan Pembelian