

ABSTRAK

Perkembangan industri kreatif di bidang mode telah berkembang pesat. Salah satu merek yang ikut terjun didalam dunia mode adalah Sun&Fun. Persaingan yang begitu ketat di bidang mode membuat pendapatan dari Sun&Fun fluktuatif. Sebagai pemain baru di bidang mode, agar dapat bersaing dengan kompetitornya Sun&Fun gencar melakukan aktivitas promosi untuk mengkomunikasikan produk nya kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bauran promosi dan keputusan pembelian pada produk Sun&Fun dan seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian padaproduk Sun&Fun secara parsial dan simultan.

Penelitian ini di lakukan pada produk Sun&Fun menggunakan bauran promosi sebagai variabel independen. Variabel independen yang dijabarkan menjadi lima dimensi. Lima dimensinya yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Kemudian untuk variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kuesioner sebagai alat pengambilan data. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*. Teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Berdasarkan hasil teknik pengambilan data minimum sampel adalah 68 dibulatkan menjadi 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran promosi berada dalam kategori baik dan proses keputusan pembelian berada dalam kategori baik. Secara parsial promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun peiklanan dan penjualan pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan bauran promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji kofefesien determinasi didapatkan nilai 72,4% pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya 27,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak di teliti di penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, maka produk Sun&Fun sebaiknya meningkatkan dan mempertahankan penjualan promosi, hubungan masyarakat, dan penjualan langsung. Dimana hasil diatas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dari produk Sun&Fun.

Kata Kunci : *Bauran promosi, Keputusan Pembelian, Periklanan, Penjualan Pribadi, Penjualan Promosi, Hubungan Masyarakat, Penjualan Langsung.*