

## ABSTRAK

Media promosi merupakan alat yang digunakan untuk menjangkau pasar dalam kegiatan promosi. Dalam penggunaan media promosi untuk memperkenalkan suatu perusahaan, produk, *event*, dan lainnya diperlukan pemilihan media yang tepat. Yayasan Mudra Swari Saraswati menggunakan media promosi untuk mempromosikan *Event Bali Emerging Writers Festival* guna meningkatkan kembali penurunan wisatawan yang terjadi di Bali. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media promosi terhadap keputusan konsumen baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini menggunakan tujuh variabel yang terdiri dari enam variabel bebas ( $X$ ), yaitu *flyer* ( $X_1$ ), *billboard* ( $X_2$ ), brosur ( $X_3$ ), *facebook* ( $X_4$ ), *twitter* ( $X_5$ ), dan *website* ( $X_6$ ), serta satu variabel terikat ( $Y$ ) yaitu keputusan konsumen. Penelitian ini menggunakan kuesioner, menggunakan teknik *non-sampling* dengan metode *sampling accidental*, dengan responden sebanyak 223 orang. Responden merupakan peserta *Event Bali Emerging Writers Festival 2013*.

Menggunakan teknik analisis regresi berganda didapat bahwa ketujuh variabel independen dan dependen menunjukkan hasil berada pada kategori baik. Media Promosi mampu menjelaskan Keputusan Konsumen dengan nilai persentase 60,9%, sisanya sebesar 39,1% dipengaruhi oleh faktor lain dan nilai  $R$  sebesar 0,780. Nilai  $R$  tersebut menunjukkan hubungan korelasi yang kuat dan searah. Pada penelitian ini diketahui semua variabel Media Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen. Secara parsial terlihat bahwa dari enam variabel bebas, terdapat empat variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan yaitu *facebook*, *website*, *twitter*, dan *billboard*. Faktor yang paling dominan berpengaruh dalam mempengaruhi keputusan konsumen adalah *facebook* dengan  $t_{hitung}$  sebesar 5,070.

Penggunaan media promosi pada *Event Bali Emerging Writers Festival* kedepannya penyampaian pesan atau informasi melalui *facebook*, *twitter*, *website*, dan *billboard* lebih dimaksimalkan. Hal-hal tersebut bertujuan untuk mempengaruhi konsumen menghadiri kuantitas maupun ikut serta berpartisipasi pada *event* selanjutnya.

Kata Kunci: Media Promosi, Keputusan Konsumen, *Event*

## ABSTRACT

*Promotion media are the tools used to reach the market in the endorsement activities. In the use of promotion media in introducing an enterprise, product, event, and other is requiring the propotional media selection. Mudra Swari Saraswati Foundation used promotions media to promote Bali's Emerging Writers Festival Event to reimprove the decrease of the tourists in Bali. The purpose of this study is to examine the influence of the promotion media on the consumer's decision simultaneously or partially.*

*This study used seven variables consisting of six independent variables ( $X$ ): the flyer ( $X_1$ ), billboards ( $X_2$ ), brochures ( $X_3$ ), facebook ( $X_4$ ), twitter ( $X_5$ ), and website ( $X_6$ ), and the dependent variable ( $Y$ ) is the consumer's decision. This study used questionnaires, using non-sampling technique with accidental sampling method. The obtained respondents were about 223 who were the participants of the Bali Emerging Writers Festival Event 2013.*

*The results by using the multiple regression analysis technique show that seven independent and dependent variables are in a good category. Promotion media could explain consumer decision by 60.9% while the remaining 39.2% is influenced by other factors with  $R$  value by 0,780.  $R$  value show strong and in line correlatinal. In this research known that all promotion media variable influence the consumer decision. Partially seen, of the existing six independent variables, there are four variabels that affect the desicion positively and significantly namely facebook, website, twitter, and billboard. The most dominant factor in influencing the consumer decisions is facebook with  $t$  count 5,070.*

*In the next promotion media usage for Bali Emerging Writers Festival event in case of delivering message or information through facebook, twitter, website and billboard should be maximize. Those thing's aim to influence consumer attend quantity on a event or their participant in the next event.*

Key: *Promotion Media, Consumer Desicion, Event*