



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

Nama : Sovie Liestiyani
NIM : 55214120020
Judul : Pengaruh *Personal Selling* dan *Sales Promotion* Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Podomoro University
Bibliografi : 124 halaman, 11 jurnal, 31 buku

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh timbul fenomena banyaknya jumlah perguruan tinggi swasta yang ada di Indonesia khususnya Jakarta telah membuat perguruan tinggi bersaing untuk meningkatkan jumlah mahasiswa sesuai dengan target yang ditetapkan. Salah satu cara adalah menggunakan sarana promosi yang tepat melalui *personal selling* dan *sales promotion* terhadap keputusan mahasiswa memilih Podomoro University.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa baru Podomoro University dengan sample sejumlah 122 orang. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *personal selling*, *sales promotion*, dan keputusan pembelian. Variabel *personal selling* dinotasikan sebagai variabel X1, variabel *sales promotion* dinotasikan sebagai variabel X2, sedangkan variabel keputusan pembelian dinotasikan sebagai variabel Y. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi *personal selling* maka semakin tinggi keputusan mahasiswa memilih Podomoro University, semakin tinggi *sales promotion* maka semakin tinggi keputusan mahasiswa memilih Podomoro University, dan secara bersama-sama semakin tinggi *personal selling* dan *sales promotion* maka semakin tinggi keputusan mahasiswa memilih Podomoro University.

Kata Kunci : *Personal selling*, *Sales Promotion*, Keputusan Pembelian.



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

*Name : Sovie Liestiyani
Student ID . : 55214120020
Title : The Influences of Personal Selling and Sales Promotion on
Students' decision in choosing Podomoro University
Bibliografi : 124 pages, 11 journals, 31 books references*

ABSTRACT

This research was motivated by the emergence of the phenomenon of the large number of private universities in Indonesia, especially in Jakarta has made colleges compete to increase the number of students in accordance with the targets set. One of its way is using the appropriate promotion through personal selling and sales promotion of student's decision in choosing Podomoro University.

The research was conducted to the population of new students of Podomoro University with total of sampling amounted 122 person. The variables that uses in this research are personal selling, sales promotion, and buying decision. Personal selling is noted as X1 variable, sales promotion noted as X2 variable and buying decision is noted as Y variable. The data obtained will be analyzed using the multiple linear regression.

The results showed that the higher the personal selling, the higher the student's decision in choosing Podomoro University, the higher the sales promotion, the higher the student's decision in choosing Podomoro University, and the higher the personal selling and sales promotion at the same time, the higher the student's decision choosing Podomoro University.

Keywords : Personal selling, Sales Promotion, Buying Decision.