

***THE INFLUENCE OF DISTRIBUTION CHANNELS AND  
PROMOTION OF THEIR PURCHASING DECISIONS ON  
RESIDENTIAL PURI MANSION***

By : Amzad Samudro

**ABSTRAK**

*The purpose of this study was to determine the effect of variable distribution and promotion channels simultaneously and partially on the castle mansion housing purchase decision. Type of research is quantitative research. The population of this study were residents of housing castle mansion.*

*The sampling technique digunakan is convenience sampling technique which amounts to 100 people. The method of analysis in this study using multiple linear regression analysis and F test multiple linear regression test used to determine whether a variable distribution channels and promotion influence on purchase decisions. While the F test to test real digunakan the influence distribution and promotion channels simultaneously on purchase decisions. The results showed that the variable distribution channels and promotion effect on keputusan purchase.*

**Keywords:** *Channels of Distribution, Promotion, and Purchase Decision.*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

# **PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN *PURI MANSION***

**OLEH : AMZAD SAMUDRO**

## **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel saluran distribusi dan promosi secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian perumahan puri mansion. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah penghuni perumahan *puri mansion*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik convenience sampling yang berjumlah 100 orang. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan uji F. Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel saluran distribusi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan uji F digunakan untuk menguji nyata tidaknya pengaruh saluran distribusi dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Saluran Distribusi, Promosi, dan Keputusan Pembelian.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA