

Strategi Marketing Public Relations (MPR) berupa Promosi dan Sponsorship untuk Mempengaruhi Konsumen dalam Keputusan Pembelian: Studi Produk Perawatan Bayi Johnsons Baby

Batubara, Muhammad Hendri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=136315&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang kegiatan yang dilakukan oleh produsen produk perawatan bayi berupa promosi dan sponsorship untuk mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan teori-teori dari berbagai bidang kajian ilmu pengetahuan. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan responden sejumlah 150 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara promosi dan sponsorship terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini memberikan masukan bagi produsen untuk melanjutkan kegiatan pemasaran yang dapat meningkatkan pangsa pasar.

<hr>This study discusses the activities of promotion and sponsorship undertaken by the manufacturers of baby care products to influence consumer purchase decisions. This study uses all kind of theories from different fields of science studies that related. This study is quantitative research with 150 respondents. The results showed that there was a significant influence between promotion and sponsorship to the purchase decision. The study provides input for the manufacturer to continue marketing activities that can improve market share.