

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sales promotion* dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen Payfazz Grosir area Kota Bandung) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *sales promotion* dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh *sales promotion* dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian secara simultan 86,5% dan sisanya 13,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh *sales promotion* terhadap keputusan pembelian sebesar 60,8% dan pengaruh bukti fisik terhadap keputusan pembelian sebesar 25,7%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *sales promotion* memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** *Sales Promotion*, Bukti Fisik dan Keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of sales promotion and physical evidence on purchasing decisions (survey of Payfazz Grosir consumers in Bandung area) simultaneously or partially. The research method used is descriptive and verification method with a total sample of 100 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation and coefficient of determination.*

*The results showed that there was a positive and significant effect between sales promotion and physical evidence on purchasing decisions. The magnitude of the influence of sales promotions and physical evidence on purchasing decisions simultaneously is 86,5% and the remaining 13,5% is the influence of other variables not examined. Partially the influence of sales promotions on purchasing decisions is 60,8% and the influence of physical factors on purchasing decisions is 25,7%, so it can be said that sales promotions have the greatest influence on purchasing decisions.*

***Keywords: Sales Promotion, Physical Evidence and Purchase Decision***