

ABSTRAK

MOCH. ZULFIKAR NUR ISKANDAR, 18110077

PENGARUH *PERSONAL SELLING*, *DIRECT MARKETING* DAN *MARKETING INTERAKTIF* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA EKSPEDISI PT. AMBRA LOGISTICS

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2022

Kata Kunci : Personal Selling, Direct Marketing, Marketing Interaktif Dan Keputusan Pengguna Jasa Ekspedisi

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) pengaruh secara parsial variabel *Personal Selling* (X1), variabel *Direct Marketing* (X2) dan variabel *Marketing Interaktif* (X3) terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ekspedisi , (2) pengaruh secara simultan terhadap variabel – variabel bebas (X) terhadap variabel (Y), Dan (3) variabel yang memiliki pengaruh yang paling dominan dalam meningkatkan Keputusan Pengguna Jasa Ekspedisi.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna jasa ekspedisi PT Ambra Logistics sebanyak 96 responden. Data yang digunakan diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh pelanggan adalah sampel. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis linier berganda.

Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa: (1) Variabel *personal selling* (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Variabel *direct marketing* (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) Variabel *marketing interaktif* (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) Variabel *personal selling* (X1), *direct marketing* (X2), *marketing interaktif* (X3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).