

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk memverifikasi faktor periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat mempegaruhi keputusan meenggunakan produk dana talangan haji Bank Mega Syariah cabang Yogyakarta. Data dikumpulkan menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa regresi berganda, dengan menggunakan uji parsial, uji simultan dan uji determinan. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa periklanan, penjualan perorangan dan hubungan masyarakat memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan produk dana talangan haji, sedangkan variabel promosi penjualan tidak memiliki pengaruh positif. Secara simultan variabel periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat secara bersama-sama mempengaruhi keputusan menggunakan produk Dana Talangan Haji.

Kata kunci: periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan keputusan memilih produk dana talangan haji

ABSTRACT

This research aim is to verificate factor of advertising, personal selling, salles promotion, and public relation are affect the decision to use product Dana Talangan Haji of Bank Mega Syariah Yogyakarta. The data was collected by purposive sampling metodh and use double regression linear to analize with parsial test, simultaneous test and determinant test. The result has been done by parsial show that advertising, personal selling and public relation affected the decision to use the product, while salles promotion didn't affect. Simultaneously the variables affected the decision to use the product Dana Talangan Haji of Bank Mega Syariah Yogyakarta

Key word : Advertising, personal selling, salles promotion, public relation, and decision to use products dana talangan haji