

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi dan teknologi semakin canggih. Hal tersebut berdampak pada dunia usaha yang berkembang drastis. Adanya permintaan konsumen yang banyak menyebabkan munculnya perusahaan-perusahaan baru dibidang yang sama, sehingga membuat persaingan semakin ketat antar pebisnis. PT Soka Cipta Niaga merupakan salah satu produsen kaos kaki di Indonesia dengan merek dagang Soka, untuk mempertahankan pangsa pasar perusahaan melakukan promosi pada produk yang dikeluarkan, dengan adanya banyak varian dan telah dinyatakan sebagai kaos kaki halal yang dimiliki Soka membuat konsumen untuk memasukkan kaos kaki Soka dalam daftar pemilihan produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan skala likert melalui media kuesioner dari populasi konsumen kaos kaki Soka yang diambil sampel 100 responden dengan menggunakan teknik *insidental sampling*. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan media observasi, kuesioner, dan studi pustaka.

Hasil dari penelitian ini adalah sebesar 26,3% setuju bahwa bauran promosi pada PT Soka Cipta Niaga mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling dan untuk pengolahan data menggunakan bantuan *software SPSS 25 for Windows*.

Kata Kunci: Bauran Promosi, Keputusan Pembelian