

ABSTRAK

Penulis melakukan penelitian ini untuk mengetahui, tentang seberapa besar pengaruh *booth marketing* terhadap keputusan pembelian TV berlangganan Transvision di Buah Batu *Square* Kota Bandung, serta bagaimana pengaruh saluran *booth marketing* terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif, dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian secara langsung pada pengunjung *booth* yang berkunjung ke Buah Batu *Square* Kota Bandung untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan uji statistik dengan bantuan SPSS 25 *for Windows*, agar ditemukan fakta dari masing-masing variabel terikat.

Hasil penelitian ini ditemukan pengaruh antara *booth marketing* keputusan pembelian. sebesar 0,461 atau 46,1% dan sisanya sebesar 53,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya merek

Kata Kunci: *Booth Marketing*; Keputusan Pembelian