

## المستخلص

فارس فجر. البحث العلمي. عنوان البحث: المزيج الترويجي على قرار الشراء ( الدراسة الحالة على سكان قرية لانغوساري لانج لانج أركان السكان الثاني سنغوساري).  
المشرف: الدكتور الحاج نور أسناوي الماجستير

الكلمات الرئيسية: المزيج الترويجي، قرار الشراء

المزيج التسويقي المتعلقة بتدفق السلع من المنتجين إلى المستهلكين حتى بعد بيع. مزيج التسويق هو مزيج من أربعة متغيرات أو الأنشطة التي تشكل جوهر نظام التسويق في الشركة، والمنتج هما السعر وقنوات التوزيع والترويج. المنتج هو عنصر رئيسي ومهم في المزيج التسويقي. شخص شراء منتج وليس فقط الحصول على المنتج ولكن أيضا لتلبية حاجات ورغبات. السياسات المتعلقة بالجودة النوعية أو المنتج والتعبئة والتغليف أو ماركة وأنواع من الأنواع أو الأنواع والماركات وهكذا دواليك.

والغرض من نتائج البحوث التي تم تحقيقها : أن أعرف المزيج الترويجي تتكون من : الإعلان والترويج والمبيعات ، البيع الشخصي، والدعاية للتأثير على قرارات شراء الدراجة النارية ميبو(الدراسة الحالة على سكان قرية لانج لانج أركان السكان الثاني سنغوساري مالانج). لتحديد المتغيرات التي المزيج الترويجي التي تؤثر على قرارات الشراء في الغالب على الدراجة النارية ميبو( الدراسة الحالة على سكان قرية لانغوساري لانج لانج أركان السكان الثاني سنغوساري).

يقاس اختبار صلاحية بمقارنة علاقة الأشخاص (person correlation) ارتباط القيمة مقارنة مع الجدول بعد إدارة، اختبار صحة النتائج من الأسئلة البند إلى قياس الإعلان و ترويج المبيعات والبيع الشخصي وتأثير الدعاية للتأثير على قرارات الشراء غير صالحة . وبالتالي كل بند يتم تقديم الحسابات للمجيبين تعتبر دقيقة أو صحيحة ، أو الأجوبة من المستطلعين إنتاج البيانات التي يمكن قياسها. أعلن اختبار الموثوقية باستخدام طريقة ألفا إروباتش بعد اختبار إدارة البيانات وموثوقيتها الناتجة عن البند الأسئلة التي تقيس حالة الإعلان وترويج المبيعات والبيع الشخصي والتأثير على القرارات الشرائية الدعاية موثوق بها لأن العناصر الموجودة في كل متغير لديه مصداقية أكبر معامل ألفا 0,6. المتغير المستقل: الدعاية ( $X_1$ ) وترويج المبيعات ( $X_2$ ) والبيع الشخصي ( $X_3$ ) و الدعاية ( $X_4$ ) في وقت واحد أو بالاشتراك مع المتغيرات الهامة المؤثرة (الاشباع الوظيفي). المتغيرات المستقلة التي تؤثر على الرضا الوظيفي، وذلك بالنظر إلى حجم المتغيرات المستقلة التي تؤثر تأثيرا كبيرا على قرارات الشراء. المتغير المستقل الإعلان ( $X_1$ ) تؤثر على قرر النفوذ لشراء (Y).