

الملخص

النجم الثاقب، 2013 البحث الجامعي تحت العنوان: "تحليل أثر التسويق للعلاقات العامة في قرار الشراء عند PT. Tiara Megah Indah Jaya

المشرف: يايوك سرى رهايو SE، MM.

كلمات البحث: إدارة التسويق، العلاقات العامة، قرارات الشراء

مع تطور أعمال التسويق، فالحاجة إلى استراتيجيات مبتكرة لتسريع العمليات التجارية للمؤسسة PT. Tiara Megah Indah Jaya وهي أحد الشركات العاملة في شراء الدراجات هوندا (Honda) في مدينة مالانج. و لذلك، ينبغي أن تكون قادرة على التنافس بطرق تسويقية مبتكرة مع شركات أخرى في مالانج. فمن المهم للشركة أن تنفذ استراتيجية التسويق والعلاقات العامة لأن له أثر إيجابي للشركة.

استخدم هذا البحث منهج الكمي الذي يسعى لتحديد كيفية التسويق و النفوذ العام على قرارات شراء درجات هوندا. و في حين أن أسلوب استخدام المثل يسعى بطريقة عينة عرضي، وتقنيات جمع البيانات، وهي طريقة الاستبيانات و الوثائق. أما أدوات الاختبار يستخدم اختبار صحة و موثوقية. أما بالنسبة لتقنيات تحليل البيانات يستخدم تعدد الانحدار الخطي لأن التغيرات تكون أكثر من متغيرين، مع اختبار F و اختبار F.

ظهرت النتيجة أن تغيرات اختيار (X₁)، حدث (X₂)، و رعاية (X₃)، و الوعظ (X₅)، الخدمة العامة للمجتمع (X₆)، و الهوية الإعلامية (X₆)، لها تأثير في وقت واحد إلى حد كبير في كياية شراء دراجات هوندا (Honda) (Y). تم الحصول على حساب اختبارها $F > 2,016$ أي علامة التنبؤ البريد 1.960 مع قيمة p من $0.05 \geq 0.002$. بالإضافة إلى ذلك عدلت قيمة R مربع من 0.906، و هو يعني أن تأثير المتغيرات المستقلة على التغير التابع هو 90,6% 90,6%. و في اختبار لاحظ أن في جزئي المنشورات، و الأحداث، و الرعاية، و الوعظ، و الخدمة العامة الأخر، و سائل الإعلام الهوية، لها تأثير على التغير في القرار التابع. و في حين يجادل هذا القرار بشكل كبير مع حساب T. تغيرات النشر (X₁) من 2، 868 > جدول T 1، 960، حدث (X₂) له حساب T 2,957 > جدول T، 960، و رعاية (X₃) له 2,753 حساب T < الجدول T1، 960. الوعظ (X₅) له حساب T 2,205 > الجدول T1، 960، الخدمة العامة للمجتمع (X₆) له حساب T 2، 994 > قدرة T1، 960، الخدمة العامة للمجتمع (X₆)، له حساب T 2، 934 > الجدول T 1، 960، التغير الأبرز يتأثير في تغير رعاية (X₃)، كبير مثل 35,04% 35,04%، ثم تغيرات أنشطة الخدمة العامة (X₆) من 30,14% (X₂) 30,14% ثم حدث تغيرات (X₂) بلغت 31,80%، ثم النشر متغير (X₁) من 29,59%، ثم تغير وسائل الاعلام (X₆) من 28,09%، و دعوة متغير (X₄) من 27,98%.