

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi Promotion Mix(Pemasaran Langsung dan Hubungan Masyarakat) terhadap tingkat penjualan pada Harna Catering Jember. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dikuantitatifkan. Sampel dalam penelitian ini adalah para konsumen yang pernah membeli produk Harna Catering yakni sebanyak 50 responden. Cara pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sensus. Tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, penyebaran kuisioner, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan ini yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pemasaran langsung *direct marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tingkat penjualan, variabel Hubungan masyarakat *public relationship* berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan.

Kata Kunci: *promotion mix*, dan *Tingkat penjualan*

ABSTRACT

This study aims to evaluate the Promotion Mix (Direct Marketing and Public Relations) on the level of sales at Harna Catering Jember. This research uses descriptive qualitative method which is quantitative. The sample in this study were consumers who had bought Harna Catering products, as many as 50 respondents. The method of taking samples is done by census technique. Data collection techniques used are through observation, distribution of questionnaires, interviews and documentation. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that direct marketing direct marketing variables significantly influence the sales level variable, Public Relations variable public relations significantly influence the level of sales.

Keywords: *promotion mix*, and *level of sales*