

**PENGARUH *PERSONAL SELLING, SALES PROMOTION, ADVERTISING, DAN PUBLIC RELATION* TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PAUD PPT MATAHARI SURABAYA**

Lilik Sumarni<sup>1</sup>, Ida Rusmawati<sup>2</sup>, Salsadilla Evrita<sup>3</sup>, Eko Tjiptojuwono<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Politeknik NSC Surabaya <sup>2</sup>Politeknik NSC Surabaya <sup>3</sup>Politeknik NSC Surabaya

[Liliksumarni017@gmail.com](mailto:Liliksumarni017@gmail.com)<sup>1</sup>, [idarusmawati60@gmail.com](mailto:idarusmawati60@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[salsadillae01@gmail.com](mailto:salsadillae01@gmail.com)<sup>3</sup>, [ekotj2009@gmail.com](mailto:ekotj2009@gmail.com)<sup>4</sup>

---

**Article History:**

Received: 19 Juli 2024

Revised: 19 Juli 2024

Accepted: 19 Juli 2024

---

**Keywords:** bauran promosi, keputusan memilih

**Abstrak:** Sektor pendidikan anak usia dini (PAUD) di Surabaya sedang berupaya keras untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pendaftaran siswa di tengah persaingan yang ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak dari berbagai strategi promosi, seperti penjualan personal, promosi penjualan, media sosial, dan hubungan masyarakat terhadap keputusan memilih PAUD PPT Matahari di Surabaya. Menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, data akan dikumpulkan melalui survei yang disebarakan kepada orang tua peserta didik di PAUD PPT Matahari Surabaya. Analisis statistik akan diterapkan untuk menentukan signifikansi dan kekuatan pengaruh masing-masing elemen promosi terhadap keputusan memilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan personal, promosi penjualan, iklan, dan hubungan masyarakat, baik secara parsial maupun bersama-sama, memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih PAUD PPT Matahari. Disarankan untuk melakukan penelitian dengan cakupan area yang lebih luas.

---

**PENDAHULUAN**

Hal yang melatar belakangi penelitian ini adalah membahas tentang pengaruh *personal selling, Sales Promotion, Advertising, Public Relation* terhadap keputusan memilih PAUD PPT Matahari Surabaya. Diantaranya dalam *personal selling* terjadi interaksi secara