

ABSTRAK

Wilna Aliu, NIM; 261 408 140 Judul Penelitian Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki di PT. Sinar Galesong Pratama Kota Gorontalo. Dibawah Bimbingan Bapak Drs. Maha Atma Kadji, M.Si dan Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si.

Tujuan Penelitian; Seberapa besar Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki di PT. Sinar Galesong Pratama Kota Gorontalo

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu metode kuesioner (angket) dan wawancara. Untuk metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Sederhana untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara bauran promosi (X) terhadap keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $= 7,316 + 0,504$ yang berarti setiap terjadi perubahan pada sebesar 0,504 atau 50,4% satuan pada keputusan pembelian dalam hal ini terdapat pengaruh antara variabel X (bauran promosi) terhadap variabel Y (Keputusan pembelian) di PT. Sinar Galesong Pratama Kota Gorontalo yaitu sebesar 54,6% dan sisanya 45,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar penelitian ini antara lain yaitu; kualitas produk, dan kualitas pelayanan .

Kata Kunci; **Bauran Promosi dan Keputusan Pembelian**

ABSTRACT

Wilna Aliu, NIM: 261 4088 140. Title of research "The Influence of the Promotion Mix To Purchase Decision Suzuki Motorcycles in PT Sinar Galesong Pratama Gorontalo city". Under the guidance of Drs. Maha Atma Kadji, M.Si and Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si.

Research Purpose: How much the influence of the promotion mix to purchase decision Suzuki motorcycle in PT. Sinar Galesong Pratama Gorontalo City.

The methods used in data collection is questionnaire method (questionary) and interview methods. For data analysis methods used in this study are Multiple Simple Regression Analysis to determine the effect of independent variables and the dependent variable is the quality of the promotion mix (X) on purchase decisions (Y). Like as the result of research and analysis of data, so to get $= 7,316 + 0,504$ it's mean that every changer in every one variable of purchase decision so to following by change 0,504 or 50,4% at X variable (promotion mix) to Y Variable (purchase decision) in the PT. Sinar Galesong Pratama Gorontalo City and proven is right and can to received it 54,6% and other side 45,4% be influence of the other factor in out of this research like as; quality product, and service quality.

Key Word : Promotion Mix and Purchase Decision