

## ABSTRAK

**David Wantu, NIM 261 408 019. 2014.** "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Jasa PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Gorontalo". Skripsi, Program studi S-1 Manajemen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah bimbingan Irwan Yantu S.Pd,M.Si. selaku pembimbing I dan Drs, Rusli Isa M.Si. selaku pembimbing II.

Penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yaitu "Bagaimana Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Jasa PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Gorontalo. Adapun yang menjadi tujuan utama dalam penelitian ini untuk mengetahui dan mempelajari sejauh mana pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa PT. Pos Persero Cabang Gorontalo.

Metode Yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode ini digunakan untuk meramalkan pengaruh variabel yang satu dengan variabel yang lain, dalam penelitian ini yaitu variabel  $X_1$  (*Bauran Promosi*), merupakan variabel dependen (Bebas) dan variabel Y (Keputusan Pelanggan) merupakan variabel independen (Terikat). Instrument yang digunakan adalah berupa observasi, penyebaran angket, dan wawancara terhadap responden.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara *bauran Promosi terhadap keputusan pelanggan* dengan hasil diperoleh persamaan regresi linier yaitu  $Y = 5.846 + 0.784X + \varepsilon$  dan variabel *Bauran promosi dan keputusan pelanggan* memiliki koefisien regresi sebesar 64,7% dan sisanya 35,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Bauran Promosi dan Keputusan Pelanggan