

ABSTRAK

MOHAMMAD RAMDHAN NENTO, 931 410 044. 2014. "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Outlet Yamaha (PT. Hasjrat Abadi) Kota Gorontalo". Skripsi, Gorontalo, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah bimbingan Ibu Tineke Wolok, S.T., M.M. selaku pembimbing I dan Bapak Ramlan Amir Isa, S.E., M.M. selaku pembimbing II.

Penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yaitu seberapa besar pengaruh Promosi yang dilakukan Outlet Yamaha (PT. Hasjrat Abadi) Kota Gorontalo terhadap keputusan pembelian konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode ini digunakan untuk meramalkan pengaruh antara variabel X (Promosi) merupakan variabel *independen* (bebas) dan variabel Y (Keputusan Pembelian) merupakan variabel *dependen* (terikat) dan dilakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara promosi terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji diperoleh persamaan regresi linear yaitu $\hat{Y} = 4,532 + 0,292 X$ dan variabel promosi memiliki koefisien determinasi sebesar 0,440 atau 44,0% yang artinya promosi mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 44,0%, serta sisanya 56,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Keputusan Pembelian