

ABSTRAK

Sagita Kasim, Nim 931411026. S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Tahun 2015. "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Delizza Pizza kota Gorontalo ". Pembimbing I Ibu Dr. Irawaty Igrisa, M.Si dan Pembimbing II Bapak Djoko Lesmana Radji, S.Pd, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan secara empiris; apakah strategi promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Delizza Pizza Kota Gorontalo. Metode penelitian yang digunakan dengan metode deskriptif kuantitatif, serta menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menjawab masalah penelitian

Populasi dalam penelitian adalah konsumen Delizza Pizza Kota Gorontalo. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dan *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dari populasi sejumlah 68 orang

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $\hat{Y} = 3,678 + 0,456X$ yang berarti bahwa setiap variabel strategi promosi meningkat satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,456 atau dengan kata lain setiap peningkatan keputusan pembelian (Y) dibutuhkan peningkatan variabel strategi promosi sebesar 0,456. Dalam hal ini terdapat pengaruh antara variabel strategi promosi terhadap keputusan pembelian Delizza Pizza Kota Gorontalo sebesar 0,605 atau 60,5% sementara sisanya 0,395 atau 39,5% di pengaruhi oleh sebab-sebab lain diluar dari penelitian ini seperti citra merek, lokasi usaha, harga, produk, dan lain-lain.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Keputusan Pembelian