

ABSTRAK

Fitri Karnilah. 931 411 153. 2016. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Karawo Di Kota Gorontalo. Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Ibu Dr. Hapsawati Taan, ST,MM dan Bapak Andi Juanna, S.Pd, M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian di Kota Gorontalo. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Gorontalo dengan cara menyebar kuesioner kepada responden yang telah memenuhi standar sampel yang telah ditentukan sehingga data dalam penelitian ini merupakan data primer. Pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Kemudian analisis data menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS 21.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa bauran promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karawo di Kota Gorontalo. Nilai pengaruhnya sebesar 39,2%, hal tersebut terlihat dari koefisien determinasi. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, faktor promosi merupakan unsur utama yang sangat penting bagi produsen atau pembuat karawo. Adanya promosi maka karawo akan lebih dikenal oleh konsumen di Kota Gorontalo. Kemudian dapat pula dilihat bahwa dari 5 indikator bauran promosi, yang paling dominan pengaruhnya yakni penjualan personal.

Kata Kunci: Bauran Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Fitri Karnilah. 931 411 153. 2016. The Influence of Promotion Mix towards Karawo Purchasing at Gorontalo City. Skripsi, Bachelor Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. Principal supervisor is Dr. Hapsawati Taan, ST, MM and Co-supervisor is Andi Juanna, S.Pd, M.Sc.

This research aims at investigating the influence of promotion mix towards karawo purchasing at Gorontalo City. This research is conducted in Gorontalo city by distributing questionnaire to respondents that fulfill the requirement of samples that has been determined. The data of this research are primary data. The techniques of data collection are interview, observation, questionnaire, and documentation. Then, the data are analyzed using simple linear regression with SPSS 21 program.

Findings show that promotion mix significantly influences the karawo purchasing at Gorontalo city. The influence is 39,2% which is the result of determination coefficient test. It shows that promotion factor is the main unsure which is very important for the producer or karawo craftsman in case of influencing consumers' purchasing decision. The existence of promotion will make the karawo becomes more famous by the consumers in Gorontalo city. It also can be observed that from 5 indicators of promotion mix, personal selling is the factor that the influence is very dominant.

Keywords: Promotion Mix, Purchasing Decision



**PERSETUJUAN PEMBIMBING
PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KARAWO
DI KOTA GORONTALO**

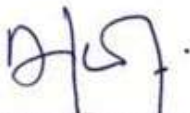
SKRIPSI

OLEH :

**FITRI KARNILAH
NIM. 931 411 153**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



**Dr. Hapsawati Taan, S.T., M.M
Nip. 19760201 200501 2 004**

Pembimbing II



**Andi Juanna, S.Pd, M.Sc
Nip.19841126 201012 1 004**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



**Hafs Dama SE, M.Si
Nip. 19730305 200212 1 003**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KARAWO
DI KOTA GORONTALO**

Oleh Fitri Karnilah

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal :
Waktu :

Penguji :

1. Dr. Zainal Abidin Umar, M.Si

1.

2. Idris Yanto Niode, S.Pd, M.M

2.

3. Dr. Hapsawati Taan, ST, M.M

3.

4. Andi juanna, S.Pd, M.Sc

4.



Gorontalo, Juli 2016
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hamzah Yunus, M.Pd
NIP. 19600223 198603 1 004