

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya ini (skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Negeri Gorontalo maupun Universitas lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Tim Pembimbing
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dan dipublikasikan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah yang disebutkan nama pengarang dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidabeneran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh atau sanksi lain sesuai dengan norma/aturan yang berlaku pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo

Gorontalo, Juli 2016
Yang bertanda tangan



Maryam Pakaya
NIM. 931412238

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MEMBELI MOTOR YAMAHA
PADA PT. HASJRAT ABADI GORONTALO

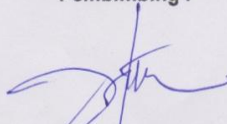
SKRIPSI

Oleh

MARYAM PAKAYA
NIM. 931412238

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

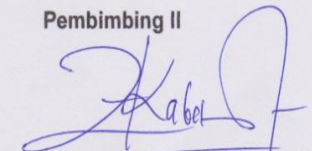
Pembimbing I



Hais Dama, SE, M.Si

NIP. 19730305200212 1 003

Pembimbing II




Zulfa K Abdussamad, SE, M.Si

NIP.19790925 200501 2 001

Mengetahui

Ketua Jurusan



Hais Dama, SE, M.Si

NIP. 19730305200212 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DALAM MEMBELI MOTOR YAMAHA
PADA PT. HASJRAT ABADI GORONTALO

Oleh :

MARYAM PAKAYA

931 412 238

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Kamis, 28 Juli 2016

Waktu : 15.00 – 17.00

Penguji

1. Supardi Nani, SE, M.Si
2. Idris Yanto Niode, S.Pd, M.m
3. Hais Dama, SE, M.Si
4. Zulfia K Abdussamad, SE, M.Si

1.
2.
3.
4.

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Hamzah Yunus, S.Pd, M.Pd

NIP. 19600223 198603 1 004

ABSTRAK

Maryam Pakaya, NIM. (931412238). *Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Motor Yamaha Pada PT.Hasjrat Abadi Gorontalo.* Program Studi Sarjana Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah Pembimbing I Bapak Hais Dama SE, M.Si dan Pembimbing II Ibu Zulfia K Abdussamad SE, M.Si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT.Hasjrat Abadi Gorontalo. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling Aksidental*, yaitu sampel yang diambil dari siapa saja yang kebetulan ada, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Adapun alat analisis yang digunakan adalah model matematis Regresi Linear Sederhana dengan program SPSS 16,0.

Adapun hasil dari Uji t variabel Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dilihat dari $t_{hitung} (5.242) > t_{tabel} (1,669)$, sedangkan nilai p-value (nilai sig.) sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti berpengaruh secara signifikan antara variabel Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0.279 Nilai ini berarti bahwa sebesar 29.7% variabilitas mengenai Keputusan Pembelian dapat diterangkan oleh variable bebas dalam model Promosi Penjualan sedangkan sisanya 70.3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Maryam Pakaya, Student Id. 931412238. The Influence of Sales Promotion towards Consumer's Purchasing Decision in Purchasing Yamaha Motorcycle at PT. Hasrat Abadi Gorontalo. Bachelor Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. Principal supervisor is Hais Dama, SE, M.Si and Co-supervisor is Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si.

This research aims at investigating in what extent sales promotion influences purchasing decision. It applies quantitative method. Research population are consumers of PT. Hasrat Abadi Gorontalo. The samples are collected through Accidental Sampling Method in which anyone who meets the researcher accidentally and is considered as appropriate will become the samples of research. The instrument of data analysis is mathematics model of Simple linear regression with SPSS 16,0 program assistance.

t test result shows that sales promotion significantly influences the purchasing decision observed by $t_{count} (5.242) > t_{table} (1,669)$ while p-value (sig. Value) for 0,000 is lower than 0,05 which indicates that sales promotion variable significantly influences the purchasing decision. Based on determination coefficient calculation, it gains R Square value for 0.279. This value indicates that for 29.7% of purchasing decision can be explained by independent variable in sales promotion model, while the rest 70.3% is influenced by other factors which are not included in this research.

Keywords: Sales Promotion and Purchasing Decision

