

ABSTRAK

Ario Sahi. 2016. Pengaruh promosi Bazar Emas terhadap Minat Beli di PT. Pegadaian Persero Cabang Gorontalo. Program Studi S1 Manajemen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I Ramlan Amir Isa, SE., MM dan Pembimbing II Andi Juanna, S.Pd., M.Sc

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui promosi bazar emas memiliki pengaruh positif/signifikan terhadap Minat Beli di PT. Pegadaian Persero Cabang Gorontalo. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui observasi dan angket. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi maka digunakan rumus slovin, penyebaran kuisioner dilakukan dengan cara *accidental sampling* pada 98 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi bazar emas memiliki pengaruh positif/signifikan terhadap Minat beli di PT. Pegadaian Persero Cabang Gorontalo Utara. Hipotesis statistik yang disusun diterima dimana H_1 ditolak dan H_0 diterima, atau bauran promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat beli konsumen pada Pegadaian Cab. Gorontalo Utara. Instrumen yang digunakan yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang disusun melalui kuisioner mendapatkan tanggapan yang cukup "baik" dari responden/ konsumen, yang menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan Pegadaian Cab. Gorontalo Utara dalam kategori "baik", namun belum bisa dikatakan sempurna mengingat masih banyak competitor lainnya yang memiliki jenis promosi yang sama dengan strategi pemasaran yang berbeda. Kegiatan promosi yang dilakukan Pegadaian Cab. Gorontalo Utara memiliki pengaruh sebesar 38,4% terhadap Minat beli konsumen. Hal tersebut tidak menjadikan kegiatan promosi yang dilakukan menjadi faktor utama tolak ukur konsumen untuk membeli barang di Pegadaian Cab. Gorontalo Utara, mengingat faktor lainnya yang mempengaruhi minat beli konsumen sangat besar (61,6%) seperti harga barang, fitur dan desain produk, citra merek (*brand image*), dan lain sebagainya.

Kata Kunci : Promosi Bazar Emas, Minat Beli

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH PROMOSI PROGRAM BAZAR EMAS TERHADAP
MINAT KONSUMEN (Studi Pada PT. Pengadaian Persero Cabang
Gorontalo Utara)**

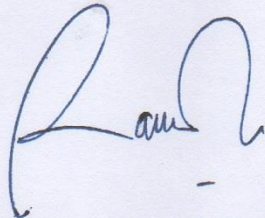
Oleh

ARIO SAHI

NIM. 931 412 145

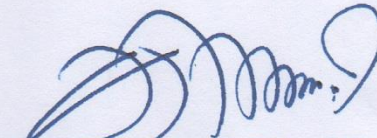
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



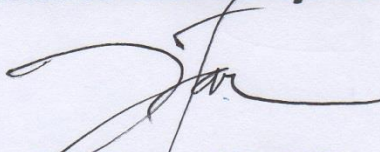
Ramlan Amir Isa, SE., MM
NIP. 19750820 200604 1 018

Pembimbing II



Andi Juanna, S.Pd., M.Sc
NIP. 19841126 201012 1 002

MENGETAHUI
Ketua Jurusan Manajemen



Hais Dama, SE., M.Si
NIP. 19730305 200212 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI PROGRAM BAZAR EMAS TERHADAP
MINAT KONSUMEN (Studi Pada PT. Pengadaian Persero Cabang
Gorontalo Utara)**

Oleh

ARIO SAHI

NIM : 931 412 145

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Jumat, 2 Desember 2016

Waktu : 13.00 S.d 15.00

Penguji:

1. Ramlan Amir Isa, SE., MM

1.

2. Andy Juanna, S.Pd., M. Sc

2.

3. Irwan Yantu, S.Pd., M.Sc

3.

4. Yulinda L. Ismail, S.Pd., M.Si

4.

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hamzah Yunus, M.Pd

NIP. 19600223 198603 1 1004