

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**ANALISIS PENGARUH *ADVERTISING* DAN *PUBLIC RELATION*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA MIO PADA PT.  
HASJRAT ABADAI GORONTALO**

**SKRIPSI**

Oleh

**SENDI UMAR  
NIM. 931 413 025**

**Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji**

**Pembimbing I**



**Irwan Yantu, S.Pd., M.si  
NIP. 19731020 200312 1 001**

**Pembimbing II**



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

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Manajemen**



**Hais Dama, SE., M.Si  
NIP. 197303052002121003**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS PENGARUH *ADVERTISING* DAN *PUBLIC RELATION*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA MIO PADA  
PT.HASJRAT ABADI GORONTALO**

Oleh

**SENDI UMAR**

**NIM: 931 413 025**

**Telah dipertahankan didepan penguji**

**Hari/Tanggal : 16- juni - 2017**

**Waktu : 09.00-11.00**

**PENGUJI :**

**1. Prof. Arifin Tahir, M.Si**

1. ....

**2. Yulinda L Ismail, M.Si**

2. ....

**3. Irwan Yantu, S.Pd., M.Si**

3. ....

**4. Andi Juanna, S. Pd., M. Sc**

4. ....

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi**



**Imran Rosman Hambali S.Pd, SE, MSA**

**NIP 19700823 199903 1 005**

## ABSTRAK

**Sendi Umar.** NIM. 931 413 025. Analisis Pengaruh *Advertising* Dan *Public Relation* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Gorontalo. Dibawah bimbingan Bapak Irwan Yantu, S.Pd., M.Si dan Bapak Andi Juanna, S.Pd., M.Sc. Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo.

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk menganalisis pengaruh *advertising* terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Mio pada PT.Hasjrat Abadi Gorontalo. 2) Untuk menganalisis pengaruh *public relation* terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Mio pada PT.Hasjrat Abadi Gorontalo. 3) Untuk menganalisis pengaruh *advertising* dan *public relation* terhadap keputusan pembelian motor yamaha Mio pada PT.Hasjrat Abadi Gorontalo. Dengan mengambil sampel sebanyak 79 orang responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan nilai *t hitung* sebesar 3.534 (X1) dan 4.667 (X2) sedangkan nilai *t tabel* pada  $\alpha = 0.05$  yakni sebesar 1.665 jadi  $3.534 (X1) + 4.667 (X2) > 1.665$  atau dengan kata lain *t hitung* > *t tabel* maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya terdapat hubungan antara *Advertising* Dan *Public Relation* terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Gorontalo. hasil penelitian dapat disimpulkan 1) *advertising* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 47.7%. 2) *public relation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 52.6%. 3) *advertising* dan *public relation* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 55.412. Nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) atas Pengaruh *Advertising* Dan *Public Relation* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Gorontalo adalah sebesar 59.3% dan sisanya sebesar 40.7% yang memungkinkan untuk dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas produk, merek, dan gaya hidup yang tidak diuji.

**Kata kunci : Advertising Dan Public Relation, Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

**Sendi Umar.** Student ID 931 413 025. Influence Analysis of Advertising and Public Relation toward Buying Decision of Yamaha Mio Motor in PT. Hasjrat Abadi Gorontalo. Principal supervisor is Irwan Yantu, S.Pd.,M.Si and Co-supervisor is Andi Juanna, S.Pd.,M.Sc. Study Program of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo.

This research aims 1) to analyze the influence of advertising towards buying decision of Yamaha Mio motor in PT. Hasjrat Abadi Gorontalo. 2) to investigate the influence of public relation towards buying decision of Yamaha Mio motor in PT. Hasjrat Abadi Gorontalo. 3) to investigate the influence of advertising and public relation toward buying decision of Yamaha Mio motor in PT. Hasjrat Abadi Gorontalo. Samples of this research are 79 respondents. This is a quantitative research. The applied technique of analyzing the data is multiple linear regression analysis.

Research findings reveal that value of  $t_{count}$  is 3.534 (X1) and 4.667 (X2) while value of  $t_{table}$  in  $\alpha = 0.05$  that is 1.665. Thus,  $3.534 (X1) + 4.667 (X2) > 1.665$  or in the other words is  $t_{count} > t_{table}$ . Thus,  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. This means that there is correlation between Advertising and Public Relation toward buying decision of Yamaha Mio motor in PT. Hasjrat Abadi Gorontalo. Therefore, it can be concluded that 1) advertising has significant influence towards buying decision for 47.7%. 2) Public relation has significant influence towards buying decision for 52.6%. 3) Advertising and public relation simultaneously have significant influence toward buying decision for 55.412. Value of determination coefficient ( $R^2$ ) for Influence of Advertising and Public relation towards Buying Decision of Yamaha Mio Motor in PT. Hasjrat Abadi Gorontalo for 59.3% and the remaining 40.7% is influenced by other factors such as product quality, brand and life style that are not being examined in this research.

**Keywords:** *Advertising and Public Relation, Buying Decision*

