

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR NMAX PADA DAELER
YAMAHA PT.HASJRAT
ABADI KOTA GORONTALO

Oleh
AFRIANDY A. ABD. SALAM
NIM. 931415075

Telah dipertahankan di depan Dewan Pengaji

Hari/Tanggal : Senin, 27 September 2021

Waktu : 10:00:00

Pengaji

1. TINEKE WOLOK, ST.,M.M.
NIP.197305232006042002
2. Dr. UMIN KANGO, S.Pd, M.Si
NIP.197910122005012001
3. Dr. RIZAN MACHMUD, S.Kom, M.Si
NIP.198307162009121006
4. ANDI JUANNA, S.Pd.,M.Sc
NIP.198411262010121004

1.....
2.....
3.....
4.....



Mengetahui:

Dekan FAKULTAS EKONOMI

Dr. MUHAMMAD AMIR ARHAM, M.E.
NIP.197207252006041002



LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR
NMAX PADA DAEler YAMAHA PT. HASJRAT ABADI
KOTA GORONTALO

Oleh

AFRIANDY A. ABD. SALAM

NIM: 931 415 075

Telah diperiksa dan disetujui:

PEMBIMBING I

Dr. Rizan Machmud, S. Kom, M.Si
NIP. 198307162009121006

PEMBIMBING II

Andi Juanna, S.Pd, M.Sc
NIP. 198411262010121004

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Rizan Machmud, S.Kom M.Si
NIP. 198307162009121006

ABSTRAK

Afriandy Abd. Salam, 2021. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian motor NMAX pada Daeler Yamaha PT. Hasjrat Abadi kota Gorontalo. Progaram Studi SI Manajemen, Jurusan Manajemen, fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontal. Di bawa bimbingan bapak Dr. Rizan Machmud. S.Kom., M.Si dengan bapak Andi Juanna. S.Pd., M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan Pembelian motor Nmax pada daeler Yamaha PT. Hasjrat Abadi Kota Gorontalo. Data dalam penelitian ini didapatkan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner sehingga data dalam penelitian ini yakni data primer. Teknik analisis data menggunakan regresi liner sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian motor Nmax pada daeler Yamaha PT. hasjrat Abadi kota Gorontalo meneunjukan model penelitian bahwa variabel X memilliki pengaruh terhdap variabel Y, dan diperkuat dengan hipotesis yang disusun terbukti bahwa secara parsial dan indivudual (uji t), promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen untuk menggunakan dan membeli motor NMAX. Besaran pengaruh dari variabel bebas yakni promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada motor NMAX sebesar 59% sementara sisanya 41% memungkinkan dipengaruhi oleh faktor-faktor lainya, seperti harga, promosi, kepercayaan,endorment, dan lain sebagainya.

Kata Kunci : Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Afriandy Abd. Salam, 2021. The Effect of Promotion on Purchasing Decision for Customers of NMAX Motorbikes at Yamaha Dealers of PT. Hasjrat Abadi in Gorontalo City. Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Dr. Rizan Machmud S.Kom., M.Si, and the co-supervisor is Andi Juanna S.Pd., M.Sc.

This study aims to analyze and determine the effect of promotion on purchasing decision for customers of NMAX motorbikes at Yamaha dealers of PT. Hasjrat Abadi in Gorontalo City. The data used in this study are primary data collected by using a questionnaire method. The data analysis technique uses simple linear regression.

The result of the study on the effect of promotion on purchasing decision for customers of NMAX motorbikes at Yamaha dealers of PT. Hasjrat Abadi shows that variable X has an influence on variable Y. This finding is reinforced by a hypothesis that proves promotion has a positive and significant effect on customers' purchasing decisions in buying NMAX motorbikes partially and individually (t test). The effect of promotion as the independent variable on customers' purchasing decisions of NMAX motorbikes amounts to 59%. The remaining 41% is influenced by other factors such as price, customers trust, and endorsement.

Keywords : Promotion, Purchasing Decision

