

ABSTRAK

AFIK AMUKO, 931 410 084. 2014. "Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel (Studi Pada konsumen Pengguna GSM Telkomsel di Universitas Negeri Gorontalo". Skripsi, Gorontalo, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah bimbingan ibu Dra. Hj. Salma Bowtha, M.pd. selaku pembimbing I dan Bapak Ramlan Amir Isa, S.E., M.M. selaku pembimbing II.

Penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yaitu seberapa besar pengaruh Promosi yang dilakukan telkomsel terhadap keputusan pembelian konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode ini digunakan untuk meramalkan pengaruh antara variabel X (Promosi) merupakan variabel *independen* (bebas) dan variabel Y (Keputusan Pembelian) merupakan variabel *dependen* (terikat) dan dilakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji regresi didapat $t\text{-hitung}=3,088 >$ dari $t\text{-tabel}=1,682$ dan signifikan $p\text{-value}=0,04 <$ dari $\alpha=0,05$, dan X variabel promosi memiliki koefisien korelasi atau hubungan sebesar 0,434 atau 43,4% dan memiliki koefisien determinasi sebesar 0,189 atau 18,9% yang artinya variabel promosi berkontribusi terhadap keputusan pembelian variabel Y sebesar 18,9%, serta sisanya 81,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Keputusan Pembelian