

ABSTRAK

Evita sari 2019116108, Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk IndoFoil pada PT Rama Nuansa Gemilang, dibawah bimbingan Ibu Dr. Levyda, SE., MM

Penelitian ini dilatar belakangi atas kurangnya keputusan pembelian produk IndoFoil pada PT. Rama Nuansa Gemilang diluar dari bulan juli dan november. Masalah yang menjadi kajian dalam penelitian ini difokuskan kepada Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik pelanggan PT. Rama Nuansa Gemilang, untuk mengetahui pendapat pelanggan mengenai promosi produk PT. Rama Nuansa Gemilang, untuk mengetahui pendapat pelanggan mengenai keputusan pembelian PT. Rama Nuansa Gemilang, dan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian di PT. Rama Nuansa Gemilang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan mode survey menggunakan kuesioner online. Sampel pada penelitian ini menggunakan sebanyak 114 responden yang merupakan pelanggan yang pernah berbelanja produk IndoFoil. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup dengan skala likert dan analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana. Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Rama Nuansa Gemilang dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,005$, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini juga didukung dengan menghitung t hasil dengan t tabel dengan nilai $3,191 > 1,661$, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Nilai R square yang didapat pada penelitian ini adalah 0,083 yang artinya pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sebesar 8,3%, sedangkan 91,7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian.

ABSTRAK

Evita sari 2019116108, The Influence of Sales Promotions on Purchase Decisions for IndoFoil Products at PT Rama Nuansa Gemilang, under the guidance of Mrs. Dr. Levyda, SE., MM

The background of this research is the lack of purchasing decisions for IndoFoil products at PT. Rama Nuansa Gemilang outside of July and November. The problem that is being studied in this research focuses on Sales Promotion on Purchase Decisions. The purpose of this study was to determine the characteristics of PT. Rama Nuansa Gemilang, to find out what customers think about PT. Rama Nuansa Gemilang, to find out the customer's opinion regarding the purchasing decision of PT. Rama Nuansa Gemilang, and to determine the effect of sales promotions on purchasing decisions at PT. Rama Nuansa Gemilang. The research method used is a quantitative research method with a survey mode using an online questionnaire. The sample in this study used 114 respondents who were customers who had shopped for IndoFoil products. The data collection technique used a closed questionnaire with a Likert scale and data analysis used simple linear regression analysis. Sales promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions at PT. Rama Nuansa Gemilang with a significance value of $0.002 < 0.005$, so it can be interpreted that there is a positive and significant influence from sales promotions on purchasing decisions. This result is also supported by calculating the results of t with t table with a value of $3.191 > 1.661$, so it can be interpreted that there is an influence of sales on purchasing decisions. The R square value obtained by promotion in this study was 0.083, which means that the influence of sales on purchasing decisions was 8.3%, while 91.7% of purchasing decisions were influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Sales Promotion, Purchase Decision.