

## ABSTRAK

### **Rino Nikki Pranoto (1148020257): Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Kue Bandung Makuta**

Bandung terkenal sebagai kota yang banyak menghadirkan beragam kuliner. Hampir setiap kuliner yang ada di kota Bandung dapat diterima dan digemari oleh masyarakat. Salah satu kuliner yang sedang populer adalah oleh-oleh khas Bandung, yaitu Bandung Makuta milik salah seorang artis terkenal bernama Laudya Chintya Bella. Populernya Bandung Makuta selain disebabkan oleh nama besar pemiliknya juga tidak menutup kemungkinan dipengaruhi oleh Promosi Penjualan yang baik. Hal tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi penjualan terhadap Keputusan Pembelian. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Dimana variabel independen adalah promosi penjualan yang terdiri dari *promosi konsumen, promosi perdagangan dan promosi bisnis dan tenaga penjualann*. Sedangkan untuk variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel sebanyak 90 responden, diambil menggunakan metode *non probability* dengan teknik *sampling incidental*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji realibilitas, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji F dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil dari analisis menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian Bandung Makuta. Hasil dari analisis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dimana *promosi konsumen* sebagai variabel  $X_1$  mempunyai nilai signifikan sebesar  $0.004 < 0.10$ , *promosi perdagangan* sebagai variabel  $X_2$  mempunyai nilai signifikan sebesar  $0.00 < 0.10$  dan *promosi bisnis dan tenaga penjualan* sebagai variabel  $X_3$  mempunyai nilai signifikan sebesar  $0.004 < 0.10$ . Dari hasil analisis uji F menunjukkan bahwa promosi penjualan berpengaruh positif signifikan dengan nilai sebesar 0.004 terhadap keputusan pembelian Bandung Makuta. Hasil perhitungan dari koefisien determinasi, menghasilkan  $R^2$  sebesar 0.143 atau sebesar 14.2%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen (variabel X) yaitu Promosi Penjualan (*promosi konsumen, promosi perdagangan, promosi bisnis dan tenaga penjualan*) dan dependen (variabel Y) Keputusan Pembelian sebesar 14.2%. Sedangkan sisanya 85.8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

**Kata Kunci:** Promosi Penjualan (*Promosi Konsumen, Promosi Perdagangan, Promosi Bisnis Dan Tenaga Penjualan*) dan Keputusan Pembelian.