

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MYREPUBLIC
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA KECAMATAN 9 ILIR)**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**MUHAMMAD AKMAL
NPM 061930601552**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2022**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MYREPUBLIC
(STUDI KASUS PAUA PENGGUNA KECAMATAN 9 ILIR)**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**MUHAMMAD AKMAL
NPM 061930601552**

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2022

Pembimbing I,

**Mariskha Z., SE., MM
NIP 197805192006042001**

Pembimbing II,

**Afrizawati M., SE., M.Si
NIP 198004112006042002**

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M. A.B
NIP 197602222002121001**

Mengetahui,

**Koordinator Program Studi
D – III Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., M.M
NIP 198203242008012009**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Muhammad Akmal
NPM : 061930601552
Jurusan/ Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan : Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk MyRepublic (Studi Kasus Pada Pengguna Kecamatan 9 Ilir)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 27 Juli 2022
Yang Membuat Pernyataan,



Muhammad Akmal
NPM 061930601552

LEMBAR PENGESAHAN

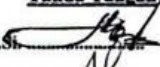

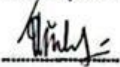
Nama : Muhammad Akmal
NPM : 061930601352
Jurusan/Prodi : Administrasi Bisnis/D.III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk MyRepublic (Studi Kasus Pada Pengguna Kecamatan 9 Ilir)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis dan dinyatakan LULUS

Pada Hari:

Tanggal: 2022

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. M. Syahirman Yusi, SE., M.Si. Ketua Penguji	 29/08 2022
2.	Al Hushori, SE., M.AB. Anggota Penguji	
3.	Mariskha Z, SE., MM. Anggota Penguji	 30/8 2022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh.

Ada alasan mengapa seseorang dapat mencapai apapun, itu karena mereka mendengarkan ibu mereka.

(Penulis)

Kami persembahkan untuk:

- 1. Kedua Orang Tua**
- 2. Dosen Jurusan Adminisrasi Bisnis**
- 3. Saudara-saudara ku**
- 4. Sahabat-sahabat ku**
- 5. Teman-Teman Jurusan Administrasi Bisnis**
- 6. Almamater Tercinta**

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah Rabbil' alamin

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta Nabi Besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M. T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku ketua jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis.
5. Ibu Mariskha Z.,SE.,MM selaku Pembimbing I di Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Afrizawati M., SE., M.SI selaku Pembimbing II di Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Kepada semua Dosen dan Karyawan Jurusan Administrasi Bisnis.
8. Orang tua dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendoakan dan memberikan bantuan baik moril maupun materil serta selalu mencurahkan kasih dan sayangnya untuk penulis. Terima kasih untuk segala doa dan pengorbanannya.

9. Semua rekan mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman seperjuangan kelas 6NF angkatan 2019 Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.
10. Khususnya teman-teman seperjuangan, Roby, Trik, Wira, Sevira, Karin, Wulan, Dea, Dan Raisa yang telah memberikan semangat dan dukungan.
11. Almamaterku tercinta, Politeknik Negeri Sriwijaya.
12. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapat perlindungan-Nya. Aamiin.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan, sehingga laporan akhir saya dapat terselesaikan. Tujuan laporan akhir ini disusun untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk MyRepublic dan merupakan salah satu mata kuliah yang harus dijalankan oleh mahasiswa Administrasi Bisnis agar dapat menyelesaikan Program Studi Administrasi Bisnis untuk semester VI (lima).

Laporan akhir ini berjudul “pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk MyRepublic” (Studi Kasus Pada Kecamatan 9 Ilir)”. Laporan akhir ini membahas tentang pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk MyRepublic.

Saya menyadari bahwa dalam penulisan Laporan Akhir ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu Penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya positif dan membangun demi kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapat perlindungan-Nya. Aamiin.

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MYREPUBLIC (STUDI KASUS PADA PENGGUNA KECAMATAN 9 ILIR)

Oleh:

Muhammad Akmal

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian keputusan pembelian pada produk MyRepublic (Studi Kasus pada Pengguna Kecamatan 9 Ilir). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan data sampel *non probability sampling* dengan pengambilan sampel menggunakan teknik slovin. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini berupa wawancara dan kuesioner pada pengguna produk MyRepublic di Kecamatan 9 Ilir Kota Palembang dengan jumlah 77 orang. Penelitian ini menggunakan teknik regresi linier berganda dengan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MyRepublic yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 5,419 > t_{tabel} 1,99210$ dan signifikansi $0,000 < 0,050$. Melalui uji koefisien korelasi dapat diketahui hubungan antara variabel promosi penjualan dengan keputusan pembelian terhadap produk MyRepublic memiliki nilai sebesar 0,530 yang termasuk dalam taraf sedang.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF SALES PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF MYREPUBLIC PRODUCTS (CASE STUDY ON USERS OF DISTRICT 9 ILIR)

Oleh:

Muhammad Akmal

This study aims to determine the effect of sales promotion on purchasing decisions on purchasing decisions on MyRepublic products (Case Study on Users of Kecamatan 9 Ilir). The method used in this study is a quantitative research method with non-probability sampling, data collection techniques with sampling using the slovin technique. The data for this study were gathered through interviews and questionnaires administered to 77 MyRepublic product users in Palembang City's 9 Ilir District. This research uses a multiple linear regression technique with the SPSS program. The results of this study indicate that the sales promotion variable has a positive and significant effect on purchasing decisions for MyRepublic products, as evidenced by the t-count $5.419 > t\text{-table } 1.99210$ and the significance $0.000 < 0.050$. Through the correlation coefficient test, it can be seen that the relationship between sales promotion variables and purchasing decisions on MyRepublic products has a value of 0.530, which is included in the moderate level.

Keywords: Sales Promotion, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

Halaman:

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
.....	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	
	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	
	Error! Bookmark not defined.
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	
	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	
	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5 Metodologi Penelitian.....	
	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	6
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	6
1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	7

1.5.5 Hipotesis	9
1.5.6 Analisis Data.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran	
Error! Bookmark not defined.	
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	14
	Halaman:
2.1.2 Pengertian Pemasaran	15
2.2 Promosi	
Error! Bookmark not defined.	
2.2.1 Pengertian Promosi	17
2.2.2 Faktor-Faktor Promosi	17
2.2.3 Indikator Promosi.....	18
2.3 Keputusan Pembelian	
Error! Bookmark not defined.	
3.2.1 Visi Perusahaan.....	Err
or! Bookmark not defined.	
3.2.2 Misi Perusahaan.....	Err
or! Bookmark not defined.	

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	
Error! Bookmark not defined.	
3.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	
Error! Bookmark not defined.	
3.2.1 Visi Perusahaan.....	Err
or! Bookmark not defined.	
3.2.2 Misi Perusahaan.....	Err
or! Bookmark not defined.	
3.3 Logo Perusahaan	
Error! Bookmark not defined.	

3.4 Nilai – Nilai Perusahaan	
Error! Bookmark not defined.	
3.5 Layanan My Republic	
Error! Bookmark not defined.	
3.6 Strategi Pemasaran PT Eka Mas MyRepublic	
Error! Bookmark not defined.	
3.7 Identitas Responden.....	
Error! Bookmark not defined.	

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Statistik	
Error! Bookmark not defined.	
3.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian	27
4.2 Analisis Data	
Error! Bookmark not defined.	
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	32
4.2.2 Uji Koefisien Korelasi.....	35
4.2.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	36
4.3 Uji Hipotesis.....	
Error! Bookmark not defined.	
4.4 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk MyRepublic	
Error! Bookmark not defined.	

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	40

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo My Republic	23
-----------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penetrasi Pesaing.....	4
Tabel 1.2 Ukuran Alternative Pernyataan Kuesioner	10
Tabel 1.3 Hubungan Antar Variabel.....	12
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	25

Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	26
Tabel 4.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel X.....	28
Tabel 4.2 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Y	30
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan (X).....	33
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y	34
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4.6 Koefisien Korelasi Variabel X dan Y.....	35
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pengantar
- Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan dari Perusahaan
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 1
- Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 2
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 1
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 2
- Lampiran 8 Lembar Kunjungan Mahasiswa ke Perusahaan
- Lampiran 9 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 10 Sebaran Responden
- Lampiran 11 Hasil Perhitungan Persentase Sebaran Responden
- Lampiran 12 Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Uji Validitas Variabel X
- Lampiran 13 Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Uji Validitas Variabel Y
- Lampiran 14 Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Uji Reliabilitas Variabel X
- Lampiran 15 Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Uji Reliabilitas Variabel Y
- Lampiran 16 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 17 Rekapitan Jawaban Responden
- Lampiran 18 Tabel Distribusi R
- Lampiran 19 Tabel Distribusi T
- Lampiran 20 Lembar Kuesioner
- Lampiran 21 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 22 Lembar Tanda Persetujuan Laporan Akhir