

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI ALFAGIFT
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA D.III ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

**HEVY VERONIKA
NPM 062030602574**

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

PALEMBANG

2023

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI ALFAGIFT
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA D.III JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR
Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya

OLEH:

HEVY VERONIKA
NPM 062030601574

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2023

Pembimbing I,

Yusteli Herawati, S.E., M.M.
NIP 196005071988112001

Pembimbing II,

Dr. Heri Setiawan, S.E., MBA., CPMA.
NIP 197602222002121001

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

Dr. Heri Setiawan, S.E., MBA., CPMA.
NIP 197602222002121001

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

Fetty Maretha, S.E., MM.
NIP 198203242008012009

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hevy Veronika
NPM : 062030601574
Jurusan/Program Studi: Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Alfagift (Studi Kasus Mahasiswa D.III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan Akhir 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 akan 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, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Hevy Veronika
NPM 062030601574

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Hevy Veronika
NPM : 062030601574
Jurusan/Program Studi: Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap
Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Alfagift
(Studi Kasus Mahasiswa D.III Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya)

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

Pada Hari: Selasa

Tanggal: 22 Agustus 2023

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	<u>Dra. Yusleli Herawati, M.M</u> Ketua Penguji		23-08-2023
2.	<u>Titi Andriyani, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji		01-09-2023
3.	<u>Dr. Sari Lestari Zainal</u> <u>Ridho, S.E., M.Ec., CHE</u> Anggota Penguji		30-08-2023
4.	<u>Al Hushori, S.E., MAB</u> Anggota Penguji		04-09-2023

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan" (QS Al Inshirah: 5-6)

"Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu seperti yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan" (Boy Chandra)

"Sepaimana yang tertakar, tidak akan pernah tertukar" (Hevy Veronika)

Kupersembahkan Kepada:

- Kedua orang tua tercinta
- Saudara-saudaraku
- Keluarga besar serta sahabat-sahabat terbaikku
- Teman-teman kelas 6NM 2023
- Dosen Pembimbing
- Almamater

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia nikmat kesehatan dan kesempatan sehingga penulis berhasil menyelesaikan Laporan Akhir dengan judul **“Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Alfagift (Studi Kasus Mahasiswa D.III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)”**

Laporan Akhir ini membahas tentang bagaimana promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi alfagift (studi kasus mahasiswa D.III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya). Promosi penjualan yang ditawarkan oleh aplikasi alfagift terdiri dari berbagai jenis diantaranya yaitu kupon, sampel, premi, *cashback*, dan kontes atau undian. Promosi penjualan yang telah dilakukan tentunya bertujuan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, yang salah satunya adalah mahasiswa. Sehingga disini penulis ingin mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi alfagift (studi kasus mahasiswa D.III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi penjualan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi alfagift.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian Laporan Akhir ini masih banyak kekurangan baik dari segi penulisan maupun pembahasannya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Penulis mengharapkan kritik dan saran bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan Laporan Akhir ini. semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapatkan perlindungan-Nya. Aamiin

Palembang, Agustus 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini, penulis menyadari laporan ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bimbingan, bantuan, dorongan, dan saran serta do'a dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA. Selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dan sekaligus dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan pengarahan dan bimbingan selama penulisan Laporan Akhir ini.
3. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Yusleli Herawati, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan pengarahan dan bimbingan selama penulisan Laporan Akhir ini.
5. Bapak/Ibu dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah membantu dalam penulisan Laporan Akhir ini.
6. Para responden yang telah membantu dalam proses pengambilan data untuk penulisan Laporan Akhir ini.
7. Orang tua, adik dan keluarga besar tercinta yang telah memberikan do'a, motivasi dan kebutuhan baik materi maupun non materi hingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini.
8. Sahabat-sahabat terbaikku yang telah memberikan penulis semangat serta dukungan motivasi untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini.

9. Teman-teman seperjuangan khususnya kelas 6NM yang telah membantu dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

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

Palembang, Agustus 2023

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Alfagift (studi kasus mahasiswa DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya). Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu data primer dengan cara penulis menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form* kepada 130 responden dan data sekunder yaitu penulis mencari informasi lebih lanjut mengenai objek penelitian melalui buku, internet, dan jurnal peneliti terdahulu. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling secara *Saturation Sampling* (sampel jenuh) dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Analisis data menggunakan deskriptif dan regresi sederhana dengan bantuan aplikasi SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengaruh promosi penjualan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Aplikasi Alfagift (Studi Kasus Mahasiswa DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya). Hal ini terbukti berdasarkan nilai t-hitung yang didapatkan lebih besar dari pada nilai t-tabel, yaitu t-hitung sebesar 19,390, sedangkan nilai t-tabel 0,1656. Besarnya pengaruh promosi penjualan secara langsung terhadap keputusan pembelian ialah 0,674 atau sebesar 67,4 persen dan sisanya 32,6 persen di pengaruhi oleh yang lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

Kata kunci: Aplikasi Algagift, Promosi penjualan, Keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of sales promotion on purchasing decisions on the Alfagift application (a case study of DIII Business Administration students at the Sriwijaya State Polytechnic). This research method uses a quantitative approach. The data collection method in this study is primary data by way of the author distributing questionnaires online via Google form to 130 respondents and secondary data, namely the author seeking further information about the object of research through books, the internet and journals of previous researchers. The sampling technique uses a saturation sampling technique where all members of the population are used as samples. Data analysis used descriptive and simple regression with the help of the SPSS 22 application. The results showed that the variable influence of sales promotion directly had a positive and significant effect on purchasing decisions on the Alfagift Application (Case Study of DIII Student Department of Business Administration Sriwijaya State Polytechnic). This is proven based on the t-count value obtained which is greater than the t-table value, namely the t-count of 19.390, while the t-table value is 0.1656. The amount of direct sales promotion influence on purchasing decisions is 0.674 or 67.4 percent and the remaining 32.6 percent is influenced by others that are not used in this study.

Keywords: Alagift Application, Purchase decision, Sales promotion

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5 Metode Penelitian	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	5
1.5.3 Variabel Penelitian.....	6
1.5.4 Teknik Pengumpulan Data.....	7
1.5.5 Populasi dan Sampel.....	9
1.5.6 Analisis Data	9

Halaman

1. Uji Validitas	9
2. Uji Reliabilitas.....	10
3. Uji t (Uji Parsial)	10
4. Koefisien Determinasi (R^2)	10
5. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	11
6. Skala Pengukuran	11
1.5.7 Kerangka Pemikiran	12
1.5.8 Penelitian Terdahulu	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Promosi	14
2.1.1 Pengertian Promosi	14
2.1.2 Tujuan Promosi.....	14
2.2 Promosi Penjualan	15
2.2.1 Jenis-jenis Promosi Penjualan	15
2.2.3 Indikator Promosi Penjualan.....	16
2.3 Keputusan Pembelian.....	17
2.3.1 Tahapan dalam Keputusan Pembelian.....	17
2.3.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	19
BAB III KEADAAM UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	20
3.2 Visi, Misi dan Motto Perusahaan.....	21
3.2.1 Visi Perusahaan.....	21
3.2.2 Misi Perusahaan	21
3.1.3 Motto Perusahaan.....	21
3.3 Logo Perusahaan	21
3.4 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	23
3.4.1 Struktur Organisasi	23
3.4.2 Pembagian Tugas	24
3.5 Profil Responden.....	27

	Halaman
3.5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
3.5.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur	28
3.5.3 Identitas Responden Berdasarkan Kelompok Pembelajaran	29
3.5.4 Identitas Responden Berdasarkan Tingkatan Semester ..	29
3.6 Rekapitulasi Jawaban Responden	30
3.6.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan	30
3.6.2 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	32
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Uji Validitas	33
4.1.2 Uji Reabilitas	35
4.1.3 Hasil Uji Analisis Uji t	35
4.1.4 Koefisien Determinasi	36
4.1.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	37
4.2 Pembahasan	38
 BAB V KESIMPULAN DAN HASIL	
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	43
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Definisi Operasional	6
Tabel 1.2 Tingkatan Pengukuran Skala Likert.....	11
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Umur.....	31
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Kelompok Pembelajaran	32
Tabel 3.4 Responden Berdasarkan Tingkatan Semester	32
Tabel 3.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan	33
Tabel 3.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	35
Tabel 4.1 Hasil Uji Validasi Pada Variabel Promosi Penjualan	36
Tabel 4.2 Hasil Uji Validasi Pada Variabel Promosi Penjualan	38
Tabel 4.4 Hasil Uji t.....	39
Tabel 4.5 Koefisien Determinasi.....	39
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Konseptual Kerangka Berfikir	12
Gambar 3.1 Logo Alfamart	25
Gambar 3.2 Maskot Alfamart	26
Gambar 3.3 Struktur Organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk	27

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 1
2. Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 2
3. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 1
4. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 2
5. Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
6. Lembar Revisi Laporan Akhir
7. Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir
8. Kuesioner Penelitian
9. Hasil Rekapitulasi Identitas Responden
10. Rekapitulasi Jawaban Responden
11. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Data
12. Analisis Regresi Linear Sederhana
13. Lampiran r-tabel
14. Lampiran t-tabel