

**ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA BEAT (Survei
Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)**

*ANALYSIS THE IMPACT OF SALES PROMOTION TO
PURCHASE DECISION HONDA BEAT MOTORCYCLE (Survey
Student in The State University of Jakarta).*

**NOVIAN AMAD SAPUTRA
8223097591**



**Karya Ilmiah ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

ABSTRAK

NOVIAN AMAD SAPUTRA. 2009. Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian motor Honda Beat (survei data pengguna sepeda motor Honda Beat di Universitas Negeri Jakarta). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi dan kuesioner. Jenis skala yang digunakan adalah skala likert. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan penarikan sampel acak. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif dan kuantitatif dengan regresi.

Dari hasil penulisan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya pengaruh yang positif antara promosi penjualan dengan keputusan pembelian motor Honda Beat sebesar 0,451 dan besarnya pengaruh promosi penjualan yang dilakukan menerangkan keputusan pembelian sebesar 20,3% dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 5\%$). Persamaan regresinya adalah $= 11,440 + 1,78 X$.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

NOVIAN AMAD SAPUTRA. 2009. Analysis The Impact of Sales Promotion To Purchase Decision Honda Beat Motorcycle (Survey Student in The State University of Jakarta). DIII Marketing Management Study Program. Departement of Management. Faculty of Economics. Satate University of Jakarta.

Scientific work aims to determine how the analysis the impact of sales promotions to purchase decisions Honda Beat (user data survey Honda Beat motorcycle at State University of Jakarta). The method used in this study is a descriptive analysis using data gathered through a literature study, observation and questionnaires. Types of scales used are Likert scale. The sampling technique used by random sampling. In this study the authors used qualitative data analysis techniques and quantitative regression.

From the results of this scientific work can be concluded that the existence of a positive relationship between sales promotion with the purchase decision Honda Beat of 0.451, and the influence of sales promotion conducted to explain the purchase decision of 20.3% with a significance level of 5% ($\alpha = 5\%$). The regression equation is $Y = 11,440 + 1,78 X$.

Keywords: Sales Promotion, Purchase Decision

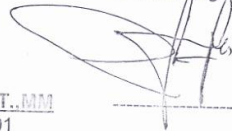
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing,

Tanda Tangan

Tanggal

Acung Kresnamurti R.P,ST.,MM
NIP. 19740416 200604 1 001

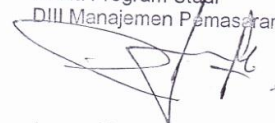



09/12/2012

Ketua Jurusan Manajemen

Jakarta, Desember 2012
Ketua Program Studi
DIII Manajemen Pemasaran

Agung Wahyu Handaru, ST.,MM
NIP. 19781127 200604 1 001



Acung Kresnamurti R.P,ST.,MM
NIP. 19740416 200604 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi – Universitas Negeri Jakarta



Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si
NIP. 19531002 198503 2 001

| Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
|---------------|--------------|---------|
| Ketua Penguji | | |

Dra. Basrah Saidani, M.Si
NIP. 19630119 199203 2 001



4-2-2013

Penguji Ahli

Dr. Mohamad Rizan, SE, MM
NIP. 19720627 200604 1 001



1-2-2013

Dosen Pembimbing

Agung Kresnamurti, R.P., ST, MM
NIP. 19740416 200604 1 001



4-2-2013

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini.

Selama penyusunan Karya Ilmiah ini Penulis cukup banyak menghadapi kesulitan dan hambatan, namun berkat doa, usaha dan bantuan dari berbagai pihak-pihak yang telah terlibat baik secara langsung, maupun tidak langsung untuk mendapatkan berbagai data dan informasi dalam penyelesaian Karya Ilmiah ini, sehingga Penulis mampu menghasilkan Karya Ilmiah yang diharapkan.

Selain itu pada kesempatan ini, Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dorongan dan semangat dalam penyusunan Karya Ilmiah antara lain.

1. Bapak Agung Kresnamurti R.P, ST., MM selaku dosen pembimbing Karya Ilmiah, Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan Pembimbing Akademik.
2. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

3. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dosen dan staf pengajar yang telah membantu memperluas pengetahuan praktikan menempuh studi.
5. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang dan doa.
6. Rekan-rekan mahasiswa khususnya DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2009 terima kasih atas bantuan dan motivasi dari awal sampai Karya Ilmiah ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan Karya Ilmiah ini, oleh karena itu Penulis juga mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun dari pembaca sehingga dapat menambah mutu Karya Ilmiah ini.

Jakarta, Desember 2012

Penulis