

ABSTRAK

Nama: Suryanah, Nim: 111400710, Judul Skripsi: Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi PD. Laksana Jaya 88 Jiput-Pandeglang.

Iklan dan promosi merupakan bagian tak terpisahkan dari sistem ekonomi dan sosial masyarakat modern. Iklan sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen barang dan jasa tetapi juga bagi konsumen, kemampuan iklan dan metode promosi lainnya dalam menyampaikan pesan dalam konsumen menjadikan kedua bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan perusahaan. Berbagai bentuk usaha mulai dari usaha eceran hingga perusahaan multinasional, mengandalkan iklan dan promosi untuk membantu mereka memasarkan barang dan jasa mereka. Untuk meningkatkan pendapatan PD. Laksana Jaya 88 melakukan startegi dengan melakukan promosi, tentunya hal ini merupakan strategi pemilik usaha untuk mendongkrak keuntungan yang lebih besar. Sebelumnya pemilik usaha belum pernah melakukan strategi promosi. Maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat beli konsumen PD. Laksana Jaya 88? 2) Seberapa besar pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen PD. Laksana Jaya 88?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen PD. Laksana Jaya 88. 2) Untuk mengetahui besarnya pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen PD. Laksana Jaya 88.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil menyebarkan angket kepada para konsumen yang melakukan transaksi di PD. Laksana Jaya 88. Sampel dalam penelitian ini adalah 40 orang responden. Metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, kuesioner Menggunakan jenis data primer serta dengan analisis data menggunakan program SPSS 16.00 analisis statistik yang digunakan adalah uji analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana, uji normalitas, uji heteroskedasitas, uji auto korelasi, uji t, uji koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi (R^2).

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah berdasarkan pengolahan data SPSS 16.00. Berdasarkan Hasil analisis data menunjukkan bahwa, variabel Pengaruh Promosi berpengaruh terhadap variabel Minat Beli Konsumen, dengan menunjukkan nilai signifikan sebesar **0,000**. Dilihat dari nilai signifikan sebesar **0,000** menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari **0,05 (0,000 < 0,05)**. Dan jika dilihat dari nilai **t hitung > t tabel (4,874 > 1,684)**. Adapun besar pengaruhnya berdasarkan hasil uji koefisien dterminasi (R^2) **0,385 (38,5%)** hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen Pengaruh Promosi terhadap variabel dependen Minat Beli Konsumen sebesar **38.5%**.

Kata kunci : *Promosi, Minat Beli Konsumen*