

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI NUJU COFFEE KEDATON BANDAR LAMPUNG**

SINDY TERESA BR SIMANJUNTAK

20612010046

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian di Nuju Coffee Kedaton Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik probability sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Nuju Coffee Kedaton Bandar Lampung. Pengumpulan data dilakukan dengan tehnik *nonprobability sampling* melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah 100 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Nuju Coffee Kedaton Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji T diketahui bahwa variabel promosi penjualan menghasilkan dengan nilai T hitung 3,622 lebih kecil dari nilai T tabel 1,660 dengan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,008 < 0,05$).

Kata kunci: promosi penjualan, keputusan pembelian

***THE EFFECT OF SALES PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS
IN NUJU COFFEE KEDATON BANDAR LAMPUNG***

SINDY TERESA BR SIMANJUNTAK

20612010046

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of sales promotions on purchasing decisions at Nuju Coffee Kedaton Bandar Lampung. The research method used is a quantitative method with probability sampling techniques. The population in this research is consumers of Nuju Coffee Kedaton Bandar Lampung. Data collection was carried out using a non-probability sampling technique by distributing questionnaires to a total of 100 respondents. Data analysis uses simple linear regression analysis. The research results show that sales promotions have a significant effect on purchasing decisions at Nuju Coffee Kedaton Bandar Lampung. This is proven by the results of the T test, it is known that the sales promotion variable produces a calculated T value of 3.622 which is smaller than the T table value of 1.660 with a significance level smaller than 0.05 ($0.008 < 0.05$).

Keywords: Sales Promotion and Purchasing Decisions