PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SNEAKERS LAMPUNG

Valentina Putri

20612010039

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah promosi dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Sneakers* Lampung dengan jenis penelitian adalah kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan menggunakan perhitungan rumus *lemeshow*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reabilitas uji normalitas, uji homogenitas, uji t, uji koefisien determinasi, dan uji koefisien regresi linier.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian pada uji t nilai (Sig) variabel (X) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung $8,707 > 1,660$ maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: promosi, keputusan pembelian