ABSTRAK

RULLY ADHITYA YUDHASWARA Judul Penelitian : "PENGARUH *PROMOSI PENJUALAN* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MEREK MINERVA MEGELLI 250 PADA DEALER MINERVA CABANG ACHMAD YANI BANDUNG".
Di bawah bimbingan: **Trustorini Handayani, SE,.M.Si**

Adanya kebutuhan masyarakat untuk memiliki kendaraan bermotor, menjadi ladang bisnis potensial yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan yang bergerak pada bidang tersebut. Begitu pula dengan dealer Minerva cabang Ahmad Yani Bandung yang menjadi pelaku bisnis pada bidang penjualan kendaraan bermotor. Promosi (*promotion*) adalah salah satu komponen dari bauran pemasaran (*marketing mix)* yang memiliki peranan penting dalam mengkomunikasikan suatu produk, dan dapat meningkatkan keputusan pembelian melalui suatu proses bauran promosi *(promotion mix)*.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap promosi penjualan yang dilakukan oleh dealer Minerva Bandung. 2) Untuk mengetahui keputusan pembelian motor merek Megelli 250 di Dealer Minerva Bandung. 3) Untuk mengetahui besarnya pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian motor merek Megelli 250 pada Dealer Minerva Bandung.

Penelitian ini bersifat analisis verifikatif yang digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey (*survey methode*). Sedangkan teknik penarikan sampelnya adalah sample random sampling dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dengan jumlah populasi sebanyak 30 orang dan diperoleh sampel responden berjumlah 30 orang. Sedangkan dalam pengolahan data menggunakan program *SPSS 15.0 for Windows* dan program *Excel for Windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa regresi linier sederhana tentang pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian diperoleh hasil yaitu 50,37. Selain itu pada nilai koefisien determinasi (Kd) adalah 25 % yang menunjukkan bahwa variabel bebasnya (X) yaitu *promosi penjualan* memang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y) yaitu *keputusan pembelian*. Dalam menentukan t_{hitung} yaitu sebagai berikut $\alpha = 0{,}05$ dk = n – 2 (30 – 2 = 28) maka diperoleh 1,668.