

ABSTRAK

NURMIATI, Tahun 2018, Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Konsumen Dalam Pembelian TV LED Toshiba pada PT.Columbia cabang Gowa di Sungguminasa, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I H. Sanusi A.M., dan Pembimbing II Samsul Rizal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan Strategi Promosi terhadap Minat konsumen dalam pembelian Alat Elektronik TV LED Toshiba pada PT.Columbia Cabang Gowa Di Sungguminasa. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu strategi promosi sebagai variabel independen dan minat konsumen dalam pembelian TV LED Toshiba sebagai variabel dependen. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen PT.Columbia yang telah membeli produk alat elektronik TV LED Toshiba dalam waktu 3 bulan terakhir yaitu bulan Oktober - Desember pada tahun 2017 yang lalu yaitu sebanyak 100 orang kemudian ditarik sampel sebanyak 50 orang dalam penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik dokumentasi, wawancara dan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan tehnik analisis regresi linier sederhana dan Uji kualitas data.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil regresi linear sederhana yang menunjukkan persamaan $Y = 6.176 + 0.767 X$ dan Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi Strategi promosi terhadap minat konsumen dalam pembelian adalah $r = 0,632$. Nilai koefisien determinasi (r^2) faktor ini mempunyai nilai sebesar **0,387** atau **38,7%** sisanya **61,3%** dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Hal ini terbukti dengan uji statistik menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} = 5.654$ lebih besar dari $t_{tabel} = 0.2353$. dari hasil perhitungan yang diperoleh maka diketahui bahwa variabel strategi promosi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat konsumen dalam pembelian dan hasil hipotesis dapat diterima.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Minat Konsumen, Pembelian TV LED Toshiba.