

ABSTRAK

Andi Mutsana. “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Helmi Hendra Motor Kawali)” Dibawah bimbingan Hj.Renny Sri Purwanti, S.Pd., M.M. (Pembimbing I) dan Faisal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M (Pembimbing II).

Meningkatkan pola keputusan pembelian di Dealer Helmi Hendra Motor Kawali menjadi fokus utama untuk mencapai target penjualan dan meningkatkan profitabilitas produk. Permasalahan yang melatar belakangi penelitian ini adalah keputusan pembelian yang belum optimal, hal ini menunjukkan bahwa perlunya pemahaman tentang faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Adapun faktor penyebabnya adalah kurangnya kemampuan dalam melakukan promosi. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Dealer Helmi Hendra Motor Kawali. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif, dengan hasil penelitian bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Dealer Helmi Hendra Motor Kawali termasuk kategori kuat, artinya jika promosi terus di tingkatkan, maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Sedangkan saran yang diajukan adalah Perusahaan Helmi Hendra Motor Kawali hendaknya meningkatkan frekuensi iklan di berbagai media, baik online maupun offline dan memberikan informasi yang jelas dan komprehensif mengenai keunggulan produk.

.Kata Kunci: Promosi , Keputusan Pembelian