

PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN PADA TOKO QOLSA DI KOTA METRO TAHUN 2022

Eva Ratna Sari¹, Dra. Hj. Ningrum, M.TA², Tiara Anggia Dewi, M.Pd³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Metro

E-mail: evaratnasari159@gmail.com¹⁾

draningrummta@gmail.com²⁾

tiara.anggia.d@gmail.com³⁾

Abstrak

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/ jasa/ merek/ perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen memilih dan mengevaluasi produk atau jasa, sering kali konsumen mempertimbangkan berbagai hal yang sesuai dengan kebutuhannya dalam proses keputusan pembelian tersebut. Setiap perusahaan yang dibangun oleh badan usaha atau perorangan pada umumnya sama yaitu untuk mencari laba yang sebanyak-banyaknya dengan cara meningkatkan pembelian pada perusahaan, maka diperlukan berbagai macam kegiatan pemasaran yang salah satunya adalah dengan mengadakan kegiatan promosi bagi produk yang di hasilkan, dengan adanya kegiatan promosi penjualan di setiap perusahaan secara tidak langsung akan membantu bertambahnya pembelian pada produk di setiap perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di toko Qolsa Fashion Store. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen toko Qolsa di kota metro. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan jumlah populasi menjadi 50 responden saja. Data di ambil melalui metode kuesioner (angket). Pengolahan data dilakukan dengan bantuan EXEL. Pengujian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji homogenitas, dan uji regresi linier sederhana. Hasil menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan promosi terhadap keputusan pembelian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko Qolsa pada tahun 2022. Hasil analisis perhitungan nilai t_{hitung} dan t_{tab} tersebut di atas berarti diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tab}$ dapat dilihat pada tabel t pada daftar signifikan 5% yaitu $2.65 > 1.68$ dan pada taraf signifikansi 1% yaitu $2.65 > 2.42$.

Kata Kunci: Promosi, Keputusan pembelian dan Toko baju