

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ Pengaruh Promosi dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Simpati di Kota Jombang” ini ditulis oleh Fitri Dwi Pebriyanti, NIM 17402163466, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, pembimbing Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh preferensi atau minat konsumen terhadap pembelian kartu perdana simpati untuk berkomunikasi, berbelanja maupun membayar tagihan dengan akses yang dipermudah oleh layanan telekomunikasi yang baik.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah ada pengaruh secara signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana simpati di kota jombang?, Apakah ada pengaruh secara signifikan antara diskon terhadap keputusan pembelian kartu perdana simpati di Kota Jombang?, Apakah ada pengaruh secara signifikan antara promosi dan diskon terhadap keputusan pembelian kartu perdana simpati di Kota Jombang?. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel yang di ambil dari penelitian ini 97 responden pelanggan kartu perdana simpati di kota Jombang. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non probability sampling*. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan *skala likert*. Tahap selanjutnya, hasil kuisioner dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi.

Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana simpati di Kota Jombang dan variabel diskon berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana simpati di Kota Jombang. Sedangkan dari hasil uji F dapat diketahui bahwa variabel promosi dan diskon berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian kartu perdana simpati di Kota Jombang.

Kata Kunci : Promosi, Diskon dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The thesis entitled "The Effect of Promotions and Discounts on Decisions to Purchase Simpati Prime Cards in Jombang City" was written by Fitri Dwi Pebriyanti, NIM 17402163466, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Sharia Economics, Tulungagung State Islamic Institute, supervisor Dr. Muhammad Aswad, M.A.

This research is motivated by the preferences or interests of consumers in purchasing a simplistic starter pack to communicate, shop or pay bills with access made easier by good telecommunication services.

The formulation of the problem in this study is Is there a significant effect between promotions on the decision to buy a sim card in Jombang? discount on the decision to purchase a simplistic starter card in Jombang City?. The method used in this research is quantitative with the type of associative research. The sample taken from this study was 97 respondents who were simpati prime card customers in the city of Jombang. The sampling technique used is a non-probability sampling technique. The source of data in this study is primary data. Measurements in this study used a Likert scale. The next stage, the results of the questionnaire were analyzed using multiple linear regression analysis which serves to prove the research hypothesis. The data that has met the validity test, reliability test, classical assumption test is processed to produce a regression equation.

The results of hypothesis testing using t-test showed that the promotion variable had a significant positive effect on the decision to purchase a simplistic starter card in Jombang City and the discount variable had a significant positive effect on the decision to purchase a sympathy starter card in Jombang City. Meanwhile, from the results of the F test, it can be seen that the promotion and discount variables have a significant effect on the decision to purchase sympathy cards in Jombang City.

Keywords: Promotion, Discount and Purchase Decision.