

## PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ALFAMIDI SUDIRMAN TELUKDALAM KABUPATEN NIAS SELATAN

**Khodasokhi Duha**

Mahasiswa Prodi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nias Raya  
(khodasokhiduha373@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Alfamidi Sudirman Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. Jenis penelitian ini adalah penelitian secara kuantitatif dengan metode asosiatif. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Sampel penelitian adalah konsumen Alfamidi Sudirman Telukdalam Kabupaten Nias Selatan sebanyak 96 orang. Hasil pengolahan data penelitian memperoleh nilai model regresi yaitu  $Y=11,131+0,546X$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  (10,071) >  $t_{tabel}$  (1,661) dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,005$ . Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,519 yang artinya variabel promosi mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 51,9% sedangkan 48,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi dapat memberi pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Alfamidi Sudirman Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. Saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian yaitu: 1) Alfamidi Sudirman Telukdalam Kabupaten Nias Selatan sebaiknya melakukan lebih banyak kegiatan promosi dari yang telah dilakukan agar dapat menarik lebih banyak konsumen dan melakukan keputusan pembelian. 2) Alfamidi Sudirman Telukdalam Kabupaten Nias Selatan baiknya memperhatikan hal-hal lain yang mempengaruhi keputusan pembelian misalnya perbedaan harga di rak dengan harga di kasir.

**Kata Kunci:** Promosi; Keputusan Pembelian; Alfamidi

### Abstract

*The purpose of this study was to determine the effect of promotion on purchasing decisions at Alfamidi Sudirman Telukdalam South Nias Regency. This type of research is quantitative research with associative method. The research method used is simple regression analysis. The research sample is consumers of Alfamidi Sudirman Telukdalam South Nias Regency as many 96 people. The results of the research data processing obtained the regression model value, namely  $Y=11,131+0,546X$ . The results showed that promotions had an effect on purchasing decisions as indicated by the value of  $t_{count}$  (10,071) >  $t_{table}$  (1,661) and a significant level of  $0.000 < 0.005$ . The result of the coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.519, which means that the promotion variable is able to explain the purchase decision variable of 51.9% while 48.1% is explained by other*

*variables not mentioned in this study. So it can be concluded that promotional activities can have a significant influence on purchasing decisions at Alfamidi Sudirman Telukdalam South Nias Regency. The suggestions given are based on the research results, namely: 1) Alfamidi Sudirman Telukdalam South Nias Regency should do more promotional activities than what has been done in order to attract more consumers and make purchasing decisions. 2) Alfamidi Sudirman Telukdalam South Nias Regency should pay attention to other things that influence purchasing decisions, for examples the difference between the price on the shelf and at the cashier.*

**Keywords:** *Promotion; Buying Decision; Alfamidi*

## A. Pendahuluan

Pemasaran merupakan kegiatan mendistribusikan barang kepada konsumen. Aktivitas pemasaran tidak dapat dipisahkan dalam dunia bisnis karena memiliki fungsi penting dalam kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Pemasaran tidak hanya bertujuan untuk menjual, tetapi mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa bisa sesuai kebutuhan pelanggan.

Dalam strategi pemasaran terpadu terdapat strategi acuan/ bauran pemasaran, yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan dalam menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi pembeli atau konsumen yang bertujuan untuk menghasilkan tanggapan pasar yang lebih baik terhadap produk yang diciptakan.

Bauran pemasaran juga dapat diartikan sebagai strategi kombinasi yang dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan pemasarannya. Apalagi dalam situasi pandemik ini dimana perusahaan

diperhadapkan pada keadaan yang sulit namun harus mampu bersaing, tentunya strategi ini sangat berguna.

Didalam bauran pemasaran terdapat konsep promosi. Menurut Widokarti dan Priansa (2019:294) "promosi adalah unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan, dan dengan iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publisitas". Tujuan utama dari promosi adalah agar konsumen lebih mengenal serta merasa tertarik untuk mencoba membeli produk, baik itu produk berupa barang maupun jasa.

Keputusan pembelian menurut Widokarti dan Priansa (2019:37) "apabila tidak ada faktor lain yang mengganggu setelah konsumen menentukan pilihan yang telah ditetapkan, konsumen memutuskan untuk membeli produk. Pembelian yang aktual adalah hasil akhir dari pencarian dan evaluasi yang telah dilakukan." Dari definisi tersebut kita dapat mengetahui bahwa keputusan pembelian merupakan proses pemilihan produk diantara pilihan-pilihan yang ada untuk dibeli dan didasari pilihan yang paling disukai.

Dari penjelasan di atas, dapat kita ketahui bahwa promosi sangat berkaitan terhadap keputusan pembelian melalui pengertian yang diberikan yaitu semakin tinggi dan menariknya promosi yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi juga keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dalam melakukan pembelian dan berlangganan pada produk atau jasa yang ditawarkan tersebut. Untuk itu, kedua variabel ini tidak dapat dipisahkan dalam dunia usaha, baik industri maupun ritel.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamidi Sudirman Telukdalam Kabupaten Nias Selatan”**.

Tujuan penelitian ini adalah “Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Alfamidi Sudirman Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan”.

Menurut Abubakar (2018:50) “promosi adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan guna memberikan informasi dan memperkenalkan produk kepada konsumen melalui beberapa media sesering mungkin untuk membangun kedekatan produk dengan para konsumen dengan harapan agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan”. Selanjutnya, menurut Alma (2018:181) “promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa”.

Menurut Sunyoto (2015:157), terdapat lima indikator promosi adalah sebagai berikut:

1. Periklanan (*advertising*): periklanan merupakan salah satu bantuk dari komunikasi impersonal yang digunakan oleh perusahaan barang atau jasa.
2. Penjualan perseorangan (*personal selling*): sifat penjualan perseorangan dapat dikatakan lebih fleksibel krena tenaga penjualan dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan dan perilaku masing-masing calon pembeli.
3. Promosi penjualan (*sales promotion*): promosi penjualan adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan produk dari produsen sampai pada penjualan akhirnya.
4. Hubungan masyarakat (*public relations*): hubungan masyarakat adalah merupakan kiat pemasaran penting lainnya di mana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalur, tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar.
5. Pemasaran langsung (*direct marketing*): adalah merupakan unsur terakhir dalam bauran komunikasi dan promosi.

Menurut Tantri dan Abdullah (2012:123) mengemukakan bahwa konsep keputusan pembelian yaitu “para pemasar harus mendalami dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya para konsumen membuat keputusan pembelian mereka. Menurut Nitisusastro (2012:195) “keputusan konsumen membeli, merangkum tiga tahapan proses yakni proses masuknya informasi, proses pertimbangan konsumen

dalam membeli, dan diakhiri dengan proses pengambilan keputusan oleh konsumen”.

Menurut Kotler dan Keller dalam Indrasari (2019:74) mengatakan bahwa indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

a. Pilihan produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan. Misalnya, kebutuhan suatu produk, keberagaman varian produk dan kualitas produk.

b. Pilihan merek

Setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mampu mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek. Misalnya, kepercayaan dan popularitas sebuah merek.

c. Pilihan penyalur

Setiap pembeli mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda, terutama dalam hal menentukan penyalur seperti faktor lokasi yang dekat, harga yang murah dan persediaan barang yang lengkap. Misalnya, kemudahan mendapat produk dan ketersediaan produk.

d. Waktu pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian dapat berbeda-beda, misalnya ada yang membeli tiap bulan, triwulan, enam bulan atau tiap tahun.

e. Jumlah pembelian

Dalam hal ini perusahaan harus mampu menyediakan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang pembeli yang

berbeda-beda. Misalnya, kebutuhan akan suatu produk.

## B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian secara kuantitatif dengan menggunakan metode asosiatif.

Berdasarkan sumbernya jenis data yang dikumpulkan oleh penulis adalah data primer yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian yaitu melakukan penyebaran angket atau kuesioner kepada konsumen Alfamidi Sudirman Telukdalam. Penelitian ini dilakukan di Alfamidi Sudirman Telukdalam Kabupaten Nias Selatan dan waktu penelitiannya dilakukan selama 5 (Lima) bulan.

Menurut Sugiyono (2012:80) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Alfamidi Telukdalam Kabupaten Nias selatan, yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

Sampel adalah bagian populasi dalam suatu penelitian dan hasilnya akan dianggap menjadi gambaran bagi populasi asalnya atau dapat dikatakan sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan hal yang diamati. Menurut Sugiyono (2012:81) “sampel adalah bagian dari jumlah dan

karakteristik yang dimiliki populasi tersebut.”

Karena populasi dalam penelitian ini tidak terbatas maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik *incidental sampling* (penarikan sampel secara kebetulan), artinya siapa saja pihak konsumen yang membeli di Alfamidi Telukdalam Kabupaten Nias selatan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti maka dapat dijadikan sampel bila dilihat layak dan dapat dijadikan sebagai sumber data.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow dalam Hatmawan dan Riyanto (2020:13), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Adapun rumusnya yaitu:

$$n = \frac{z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = *probability* atau peluang = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 96 orang, sehingga pada penelitian

ini setidaknya peneliti harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 96 orang.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik penyebaran angket/kuesioner. Didalam angket, penulis telah menyiapkan daftar pernyataan yang langsung diberikan kepada responden yang dalam hal ini adalah konsumen Alfamidi Telukdalam Kabupaten Nias selatan.

Pengujian instrumen penelitian dilakukan untuk mengetahui kelayakan instrumen penelitian sebagai alat pengumpulan data dengan melakukan validitas dan reliabilitas atas kuesioner yang digunakan. Suatu instrumen pengumpulan data harus memenuhi syarat validitas dan reliabilitas sehingga data yang diperoleh dari pengukuran jika diolah tidak memberikan hasil yang bias.

#### 1. Uji Validitas

Untuk mendapat data yang valid, maka instrument penelitian terlebih dahulu dilakukan uji coba agar diperoleh instrument yang valid dan selanjutnya dilakukan uji validitas untuk memastikan instrumen penelitian sebagai alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya. Pengujian validitas kuesioner digunakan rumus statistika koefisien korelasi *product moment* dari Sugiyono (2012:272) dengan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b(\sum X)}{n}$$

Keterangan:

- X = Promosi
- Y = Keputusan pembelian
- a = Konstanta
- b = koefisien
- n = Jumlah responden

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kestabilan yang dapat dipercaya setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dikarenakan instrumen dalam penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat.

Uji asumsi klasik merupakan pengujian yang mutlak dilakukan peneliti setelah mampu menemukan model empiric dalam penelitian. Uji asumsi klasik sering disebut uji diagnostik atau uji orde II. Uji asumsi klasik disebut sebagai uji diagnostik karena setiap penelitian yang menggunakan pendekatan metode kuadrat terkecil (*ordinary least squares*) penelitian tersebut harus memenuhi prinsip-prinsip dalam asumsi klasik.

### 1. Uji Normalitas

Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Untuk mendeteksi apakah nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan melalui uji statistic *non parametric Kolmogorov-Sminorov (K-S)*. Jika hasil *Kolmogorov-Sminorov* menunjukkan nilai

signifikan di atas 0,05 maka data residual terdistribusi dengan normal. Sedangkan jika hasil *Kolmogorov-Sminorov* menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data residual terdistribusikan tidak normal. Metode lain yang digunakan untuk mendeteksi apakah nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal atau tidak normal dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Adanya heteroskedastisitas berarti ada varian variabel dalam model yang tidak sama (konstan). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati *scatter plot* dimana sumbu horizontal menggambarkan nilai prediksi sedangkan sumbu vertical menggambarkan nilai residual kuadrat. Jika *scatter plot* membentuk pola tertentu, maka hal tersebut menunjukkan adanya masalah heterokedastisitas dan jika *scatter plot* menyebar secara acak, maka menunjukkan tidak adanya masalah.

### 1. Uji parsial (uji t)

Uji parsial atau uji t adalah suatu pengujian data yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dimana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap. Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri atas promosi terhadap keputusan pembelian.

### 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat dan dapat ditunjukkan dalam SPSS, koefisien determinasi terletak pada *Model Summary* dan tertulis *R Square*. Semakin tinggi koefisien determinasi, maka semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tergantungnya.

Analisis data ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Untuk mengolah data dan membahas data yang diperoleh dan menguji hipotesis yang diajukan. Alat analisis data yang digunakan ialah program SPSS (*Statistical Produk and Service Solutions for windows evaluation version*, yaitu suatu program komputer statistic yang mampu memproses data statistic secara cepat dan tepat menjadi output yang dikehendaki peneliti

Analisis regresi linier sederhana digunakan dalam penelitian ini karena penelitian ini menggunakan 1 (satu) variabel bebas (promosi) dan 1 (satu) variabel terikat (keputusan pembelian). Model analisis regresi yang digunakan berdasarkan rumus Sugiyono (2012:270) yaitu:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

- Y = Variabel keputusan pembelian
- X = Variabel promosi
- a = Konstanta
- b = Koefisien

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1. Deskriptif Data Variabel

Promosi		Statistics
N	Valid	96
	Missing	0
Mean		38,78
Std. Error of Mean		,717
Median		40,00
Mode		40
Std. Deviation		7,022
Variance		49,310
Skewness		-,975
Std. Error of Skewness		,246
Kurtosis		1,236
Std. Error of Kurtosis		,488
Range		36
Minimum		14
Maximum		50
Sum		3723
Percentiles	25	34,25
	50	40,00
	75	43,75

Sumber: Hasil olahan peneliti 2022 menggunakan IBM SPSS Statistik 25

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, maka hasil olahan nilai skor total data variabel X (promosi), maka dapat dideskriptifkan bentuk data untuk mengetahui nilai statistik yaitu:

#### 1. Rata-rata Hitung (*mean*)

Rata-rata hitung didapat dari jumlah seluruh nilai data dibagi dengan jumlah banyaknya data. Dari tabel di atas terdapat rata-rata hitung (*mean*) sebesar 38,78 dengan standar error sebesar 0,717.

#### 2. Median

Median adalah suatu nilai yang terletak ditengah kelompok data yang telah

diurutkan dari nilai terkecil sampai terbesar atau sebaliknya. Dari tabel di peroleh nilai median atau titik tengah sebesar 40,00.

### 3. Modus

Modus adalah nilai yang paling sering muncul. Dari tabel diatas diperoleh nilai modus sebesar 40.

### 4. Standar Deviasi

Standar deviasi adalah akar dari ragam, dimana ragam merupakan jumlah kuadrat dari selisih nilai observasi dengan rata-rata hitung dibagi banyaknya observasi pada tabel diatas diperoleh standar deviasi sebesar 7,022.

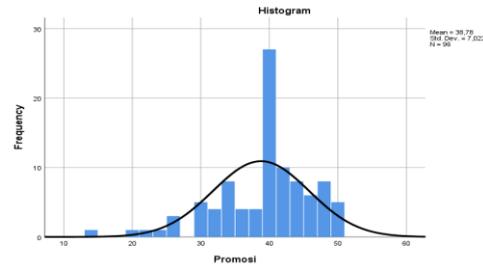
### 5. Kemiringan kurva (*Skewness*)

Kemiringan kurva (*Skewness*) berarti melihat miring tidaknya suatu kurva distribusi. Nilai *Skewness* sebesar -0,974 dengan standar error sebesar 0,246, maka distribusi data tersebut adalah menceng ke kiri.

### 6. Keruncingan kurva (*Kurtosis*)

Keruncingan kurva kurtosis merupakan tingkat pegunungannya suatu distribusi. Nilai kurtosis sebesar 1,236 dengan standar error sebesar 0,488 maka data tersebut adalah platikurtik yaitu distribusi yang berpuncak agak mendatar dan ekornya relatif pendek. Untuk mengetahui gambar histogram promosi (X) dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini:

**Gambar 1. Histogram Variabel Promosi (X)**



Sumber: Hasil olahan peneliti 2022 menggunakan IBM SPSS Statistik 25

**Tabel 2. Deskriptif Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Statistics		
Keputusan Pembelian		
N	Valid	96
	Missing	0
Mean		32,31
Std. Error of Mean		,543
Median		32,00
Mode		32
Std. Deviation		5,324
Variance		28,343
Skewness		-1,037
Std. Error of Skewness		,246
Kurtosis		1,938
Std. Error of Kurtosis		,488
Range		26
Minimum		14
Maximum		40
Sum		3102
Percentiles	25	30,25
	50	32,00
	75	35,00

Sumber: Hasil olahan peneliti 2022 menggunakan IBM SPSS Statistik 25

Berdasarkan tabel 4.2 diatas memperoleh hasil olahan nilai skor total data variabel keputusan pembelian (Y) maka maka dideskriptifkan bentuk data untuk mengetahui nilai statistik yaitu:

#### 1. Rata-rata hitung (*mean*)

Rata-rata hitung didapat dari jumlah seluruh nilai data dibagi dengan jumlah

banyaknya data. Dari tabel diatas didapat rata-rata hitung (mean) sebesar 32,31 dengan standar erorr sebesar 0,543.

## 2. Median

Median adalah suatu nilai yang terletak ditengah kelompok data yang telah diurutkan dari nilai terkecil sampai terbesar atau sebaliknya. Dari tabel di peroleh nilai median atau titik tengah sebesar 32,00.

## 3. Modus

Modus adalah nilai yang paling sering muncul. Dari tabel diatas diperoleh nilai modus sebesar 32.

## 4. Standar Deviasi

Standar deviasi adalah akar dari ragam, dimana ragam merupakan jumlah kuadrat dari selisih nilai observasi dengan rata-rata hitung dibagi banyaknya observasi pada tabel diatas diperoleh standar deviasi sebesar 5,324.

## 5. Kemiringan kurva (*Skewness*)

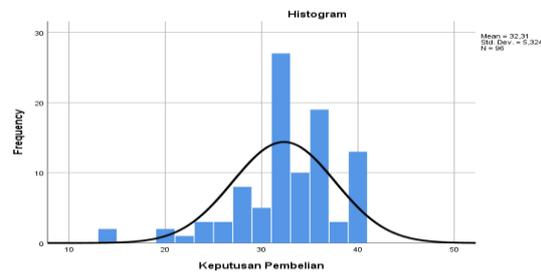
Kemiringan kurva (*Skewness*) berarti melihat miring tidaknya suatu kurva distribusi. Nilai *Skewness* sebesar -1,037 dengan standar erorr sebesar 0,246, maka distribusi data tersebut adalah menceng ke kiri.

## 6. Keruncingan kurva (*Kurtosis*)

Keruncingan kurva kurtosis merupakan tingkat pegunungannya suatu distribusi. Nilai kurtosis sebesar 1,938 dengan standar erorr sebesar 0,488 maka data tersebut adalah platikurtik yaitu distribusi yang berpuncak agak mendatar dan ekornya relatif pendek. Untuk mengetahui gambar histogram

keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini:

**Gambar 2. Histogram Variabel Keputusan Pembelian (Y)**



Sumber: Hasil olahan peneliti 2022 menggunakan IBM SPSS Statistik 25

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier sederhana yang berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian terdapat nilai model regresi sehingga dapat dilihat di bawah ini

$$Y=11,131+0,546X$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta

b = koefisien

X = Promosi

Persamaan diatas menunjukkan hasil regresi linier sederhana variabel promosi memiliki tanda yang positif. Ini berarti peningkatan nilai variabel promosi dapat meningkatkan nilai variabel keputusan pembelian. Regresi sederhana  $Y = 11,131+0,546X$  memberikan pemahaman bahwa nilai konstanta (a) sebesar 11,131 merupakan nilai variabel keputusan pembelian (Y) saat variabel promosi bernilai nol. Sedangkan nilai koefisien variabel promosi (b) adalah sebesar 0,546 artinya

setiap kenaikan satu satuan variabel promosi akan memberikan dampak pada peningkatan variabel keputusan pembelian sebesar 0,546.

Uji hipotesis secara parsial untuk variabel promosi (X) yaitu nilai  $t_{hit}(10,071) > t_{tab}(1,661)$  dan tingkat signifikan  $0,000 < (0,005)$ , artinya secara parsial variabel promosi (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Selanjutnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,519 yang artinya variabel promosi mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 51,9% sedangkan 48,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

#### D. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi mempengaruhi keputusan pembelian di Alfamidi Sudirman Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan regresi sederhana  $Y = 11,131 + 0,546X$  dimana nilai konstanta (a) sebesar 11,131 merupakan nilai variabel keputusan pembelian (Y) saat variabel promosi bernilai nol dan nilai koefisien variabel promosi (b) adalah sebesar 0,546 artinya setiap kenaikan satu satuan variabel promosi akan memberikan dampak pada peningkatan variabel keputusan pembelian sebesar 0,546.

Sedangkan uji hipotesis menjelaskan bahwa  $t_{hitung}$  promosi sebesar 10,071 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000,

sedangkan nilai  $t_{tabel}$  pada  $\alpha$  0,05 dengan *degree of freedom* (df)  $n-k-1$  ( $96-1-1$ ) = 94 sebesar 1.661. Maka keputusannya adalah  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan arti bahwa variabel promosi (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) di Alfamidi Sudirman Telukdalam Kabupaten Nias Selatan.

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Alfamidi Sudirman Telukdalam Kabupaten Nias Selatan kiranya melakukan lebih banyak kegiatan promosi dari yang telah dilakukan agar dapat menarik lebih banyak konsumen dan melakukan keputusan pembelian di Alfamidi Sudirman Telukdalam.
2. Alfamidi Sudirman Telukdalam Kabupaten Nias Selatan kiranya memberikan informasi tentang produk dengan detail agar konsumen mengetahui dan melalui tahapannya melakukan keputusan pembelian.

#### E. Daftar Pustaka

- Abubakar, Rusdi. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta
- Anis Sumanti Manao. (2022). HYPERLINK "<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/576>" Pengaruh Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Pada Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Nias Selatan . Vol 5 Dian Kasih Bago (2022). No 1 (2022) HYPERLINK

- "<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/577>" Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Kantor Badan Pengelolaan Keuangan, Pendapatan, Dan Aset Daerah Kabupaten Nias Selatan : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan
- Aris Putra Laia. 2022. HYPERLINK "<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/faguru/article/view/499>" Makna Famesao Ono Nihalö Pada Acara Pernikahan Di Desa Simandraölö Kecamatan O'o'u *FAGURU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan Universitas Nias Raya (UNIRAYA)*, 1 (1), 28-41
- Darmawan Harefa, Murnihati Sarumaha, Kaminudin Telaumbanua, Tatema Telaumbanua, Baziduhu Laia, F. H. (2023). Relationship Student Learning Interest To The Learning Outcomes Of Natural Sciences. *International Journal of Educational Research and Social Sciences (IJERSC)*, 4(2), 240–246. <https://doi.org/https://doi.org/10.51601/ijersc.v4i2.614>
- Duha, A; Harefa, D. (2024). HYPERLINK "<https://scholar.google.co.id/scholar?oi=bibs&cluster=4461986611265597846&btnI=1&hl=id>" Pemahaman Kemampuan Koneksi Matematika Siswa SMP . CV Jejak (Jejak Publisher)
- Duha, R; Harefa, D. (2024). HYPERLINK "[https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=D1gdW1wAAAAJ&sortby=pubdate&citation\\_for\\_view=D1gdW1wAAAAJ:1yQoGdGgb4wC](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=D1gdW1wAAAAJ&sortby=pubdate&citation_for_view=D1gdW1wAAAAJ:1yQoGdGgb4wC)" Kemampuan Pemecahan Masalah matematika . CV Jejak (Jejak Publisher)
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Model-model pembelajaran di era metaverse. *Nuta Media*
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Project based learning dalam pembelajaran digital. *Nuta Media*
- Fau, A., Dkk. (2022). Budidaya Bibit Tanaman Rosela (*Hibiscus Sabdariffa*) Dengan Menggunakan Pupuk Organik Gebagro 77. *Tunas: Jurnal Pendidikan Biologi*, 3(2), 10–18. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/Tunas/article/view/545>
- Fau, A., Dkk. (2022). Kumpulan Berbagai Karya Ilmiah & Metode Penelitian Terbaik Dosen Di Perguruan Tinggi. CV. Mitra Cendekia Media.
- Fau, Amaano., Dkk. (2022). Teori Belajar dan Pembelajaran. CV. Mitra Cendekia Media.
- Gaurifa, M., & Darmawan Harefa. (2023). DEVELOPMENT OF A CARTESIAN COORDINATE MODULE TO THE INFLUENCE OF IMPLEMENTING THE ROUND CLUB LEARNING MODEL ON MATHEMATICS STUDENT LEARNING OUTCOMES. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(2), 45-55. <https://doi.org/10.57094/afore.v2i2.1130>
- Halawa, S., & Darmawan Harefa. (2024). THE INFLUENCE OF CONTEXTUAL TEACHING AND LEARNING BASED DISCOVERY LEARNING MODELS ON ABILITIES STUDENTS' MATHEMATICAL PROBLEM SOLVING. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(1), 11-25. <https://doi.org/10.57094/afore.v3i1.1711>

- Harefa, D. (2017). Pengaruh Presepsi Siswa Mengenai Kompetensi Pedagogik Guru Dan Minatbelajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Alam (Survey pada SMK Swasta di Wilayah Jakarta Utara). *Horison Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Lingusitik*, 7(2), 49–73.
- Harefa, D. (2018). Efektifitas Metode Fisika Gasing Terhadap Hasil belajar Fisika Ditinjau dari Atensi Siswa (Eksperimen Pada Siswa Kelas VII SMP Gita Kirtti 2 Jakarta). *Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan* 5 (1), 35-48.
- Harefa, D. (2021). Monograf Penggunaan Model Pembelajaran Meaningful Instructional design dalam pembelajaran fisika. CV. Insan Cendekia Mandiri. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RTogEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&ots=gMZ8djJHZu&sig=JKoLHfClJf6V29EtTToJCrvmnI&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RTogEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&ots=gMZ8djJHZu&sig=JKoLHfClJf6V29EtTToJCrvmnI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Harefa, D. (2022). EDUKASI PEMBUATAN BOOKCAPTHER PENGALAMAN OBSERVASI DI SMP NEGERI 2 TOMA. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 69-73. Retrieved from <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/HAGA/article/view/324>
- Harefa, D. (2022). STUDENT DIFFICULTIES IN LEARNING MATHEMATICS. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 1(2), 1-10. <https://doi.org/10.57094/afore.v1i2.431>
- Harefa, D. (2023). Efektivitas Model Pembelajaran Talking Chips Untuk. *Tunas: Jurnal Pendidikan Biologi*, 4(1).
- Harefa, D. (2023). THE RELATIONSHIP BETWEEN STUDENTS' INTEREST IN LEARNING AND MATHEMATICS LEARNING OUTCOMES. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(2), 1-11. <https://doi.org/10.57094/afore.v2i2.1054>
- Harefa, D., D. (2022). Kewirausahaan. CV. Mitra Cendekia Media.
- Harefa, D., Dkk. (2022). Aplikasi Pembelajaran Matematika. CV. Mitra Cendekia Media
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori Fisika. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori Fisika. CV Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/teori-fisika-A1UFL.html>
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori perencanaan pembelajaran. CV Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/teori-perencanaan-pembelajaran-GO5ZY.html>
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori Statistik Dasar. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Harefa, D., Dkk. (2023). Teori Statistik Dasar. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Harefa, D., Laia, B., Laia, F., & Tafonao, A. (2023). SOCIALIZATION OF ADMINISTRATIVE SERVICES IN THE RESEARCH AND COMMUNITY SERVICE INSTITUTION AT NIAS RAYA UNIVERSITY. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 93-99. <https://doi.org/10.57094/haga.v2i1.928>
- Harefa, D., Murnihati Sarumaha, Amaano Fau, Kaminudin Telaumbanua, Fatolosa Hulu, Baziduhu Laia, Anita Zagoto, & Agustin Sukses Dakhi.

- (2023). INVENTARISASI TUMBUHAN HERBAL YANG DI GUNAKAN SEBAGAI TANAMAN OBAT KELUARGA. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 11-21.  
<https://doi.org/10.57094/haga.v2i2.1251>
- Iyam Maryati, Yenny Suzana, Darmawan Harefa, I. T. M. (2022). Analisis Kemampuan Komunikasi Matematis dalam Materi Aljabar Linier. *PRISMA*, 11(1), 210–220.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press
- Jelita., Dkk. (2022). Bunga rampai konsep dasar IPA. Nuta Media
- Linda Darniati Zebua (2022). HYPERLINK "<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/578>" Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Imelda Ponsel Telukdalam . Vol 5 No 1 (2022): Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan
- Molli Wahyuni; dkk. (2023). Statistik multivariat. Nuta Media
- Nurhani Gowasa (2022). HYPERLINK "<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/580>" Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Telukdalam vol 5 No 1 (2022): Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan
- Nitisusatro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen*. Bandung : Alfabeta
- Priansa, Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni. 2019. *Konsumen, Pemasaran dan Komunikasi Kontemporer*. Bandung : CV Pustaka Setia
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS
- Rita Sari., Dkk. (2022). Metode penelitian SD/MI. Nuta Media
- Sarumaha, M, S., Dkk. (2023). Model-model pembelajaran. CV Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/modelmodel-pembelajaran-0BM3W.html>
- Sarumaha, M,S., Dkk. (2023). Pendidikan karakter di era digital. CV. Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/pendidikan-karakter-di-era-digital-X4HB2.html>
- Sarumaha, M., & Harefa, D. (2022). Model Pembelajaran Inquiry Terbimbing Terhadap Hasil Belajar Ipa Terpadu Siswa. *NDRUMI: Jurnal Pendidikan Dan Humaniora*, 5(1), 27–36. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/NDRUMI>
- Sarumaha, M., Dkk. (2022). Catatan Berbagai Metode & Pengalaman Mengajar Dosen di Perguruan Tinggi. Lutfi Gilang. [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=8WkwxCwAAAAJ&authuser=1&citation\\_for\\_view=8WkwxCwAAAAJ-f6ydRqryjwC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=8WkwxCwAAAAJ&authuser=1&citation_for_view=8WkwxCwAAAAJ-f6ydRqryjwC)
- Sarumaha, M., Harefa, D., Piter, Y., Ziraluo, B., Fau, A., Telaumbanua, K., Permata, I., Lase, S., & Laia, B. (2022). Penggunaan Model Pembelajaran Artikulasi Terhadap Hasil Belajar. *Aksara: Jurnal Ilmu*

- Pendidikan Nonformal, 08(20), 2045–2052.
- Sarumaha, M., Laia, B., Harefa, D., Ndraha, L. D. M., Lase, I. P. S., Telaumbanua, T., Hulu, F., Laia, B., Telaumbanua, K., Fau, A., & Novialdi, A. (2022). BOKASHI SUS SCROFA FERTILIZER ON SWEET CORN PLANT GROWTH. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 32-50.  
<https://doi.org/10.57094/haga.v1i1.494>
- Simanulang, N.R., Dkk. (2022). Kumpulan aplikasi materi pembelajaran terbaik sekolah menengah atas. CV. Mitra Cendekia Media
- Sri Firmiaty., Dkk. (2023). Pengembangan peternakan di Indonesia. Nuta Media
- Tonius Gulo, D. H. (2023). Identifikasi Serangga ( Insekta ) yang merugikan Pada Tanaman Cabai Rawit di Desa Sisarahili Ekholo Kecamatan Lolowau Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Sapta Agrica*, 2(1), 50–61.
- Tantri, Thamrin Abdullah dan Francis. 2020. *Manajemen pemasaran*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Umi Narsih, Dkk. (2023). Bunga rampai “Kimia Analisis farmasi.” Nuha Medika.  
<https://www.numed.id/produk/bunga-rampai-kimia-analisis-farmasi-penulis-umi-narsih-faidliyah-nilnaminah-dwi-ana-anggorowati-rini-kartika-dewi-darmawan-harefa-jelita-wetri-febrina-a-tenriugi-daeng/>
- Wau, Christiana Surya W. 2022. HYPERLINK  
"https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/faguru/article/view/496" students' Difficulties In Writing Definition Paragraph At The Third Semester Students Of English Language Education Study Program Of STKIP Nias Selatan . *FAGURU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan Universitas Nias Raya (UNIRAYA)*, 1 (1), 1-9
- Wau, H. A., Harefa, D., & Sarumaha, R. (2022). ANALISIS KEMAMPUAN PENALARAN MATEMATIS PADA MATERI BARISAN DAN DERET SISWA KELAS XI SMK NEGERI 1 TOMA TAHUN PEMBELAJARAN 2020/2021. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 1(1), 41-49.  
<https://doi.org/10.57094/afore.v1i1.435>
- Werniawati Sarumaha .(2022). Vol 5 No 1 (2022) HYPERLINK "https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/view/579" Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Camat Telukdalam Kabupaten Nias Selatan : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan
- Wiputra Cendana., Dkk. (2021). Model-Model Pembelajaran Terbaik. Nuta Media
- Ziliwu, S. H., Sarumaha, R., & Harefa, D. (2022). ANALISIS KEMAMPUAN KONEKSI MATEMATIKA PADA MATERI TRANSFORMASI SISWA KELAS XI SMK NEGERI 1 LAHUSA TAHUN PEMBELAJARAN 2020/2021. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 1(1), 15-25.  
<https://doi.org/10.57094/afore.v1i1.433>