

## ABSTRAK

Zebua, Putra Bakti, 2025. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Pada CV. Tricomsel Gunungsitoli-Nias*. Skripsi, Program Studi Manajemen. Pembimbing: Aferiaman Telaumbanua.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada dan seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk *handphone* pada CV. Tricomsel Gunungsitoli-Nias. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Promosi adalah salah satu elemen kunci atau faktor penentu dalam keberhasilan penjualan produk di sebuah perusahaan. Teknik pengumpulan data didalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang di bagika kepada respondean. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan uji statistik yakni uji regresi linear sederhana, uji t dan uji determinasi R *Squire* menunjukkan bahwa variabel X dalam hal ini variabel Promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y Keputusan Pembelian, hal ini terbukti dari nilai B sebesar 0,588 yang menunjukkan arah hubungan yang positif dan nilai t hitung sebesar 7,764 lebih besar dari nilai t table dan nilai signifikan lebih kecil dari ( $< 0,05$ ) dengan nilai sig 0,00 artinya ada hubungan erat dari variabel karena mendekati 1. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,501 menunjukkan bahwa keputusan pembelian di CV. Tricomsel, khususnya di kalangan masyarakat yang dominan, dipengaruhi oleh variabel promosi sebesar 50,1%, sementara sisanya 49,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Kata kunci: Promosi, Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRACT**

Zebua, Putra Bakti, 2025. *The Influence of Promotion on Purchasing Decisions of Mobile Phone Products at CV. Tricomsel Gunungsitoli-Nias. Thesis, Management Study Program. Supervisor: Aferiaman Telaumbanua.*

*This study aims to determine whether there is and how much influence promotion has on purchasing decisions for mobile phone products at CV. Tricomsel Gunungsitoli-Nias. This study uses quantitative research methods. Promotion is one of the key elements or determining factors in the success of product sales in a company. The data collection technique in this study is using a questionnaire distributed to respondents. The data analysis technique in this study is using statistical tests, namely simple linear regression tests, t tests and R Square determination tests showing that the X variable in this case the Promotion variable has a positive and significant influence on the Y variable Purchasing Decision, this is evidenced by the B value of 0.588 which indicates a positive relationship direction and the calculated t value of 7.764 is greater than the t table value and the significant value is smaller than ( $<0.05$ ) with a sig value of 0.00 meaning there is a close relationship between the variables because it is close to 1. The results of the determination coefficient test ( $R^2$ ) of 0.501 indicate that purchasing decisions at CV. Tricomsel, particularly among the dominant segment of the population, is influenced by promotional variables by 50.1%, while the remaining 49.9% is influenced by other factors not discussed in this study.*

**Keywords:** *Promotion, Purchasing Decisions.*