

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA VELOZ MELALUI MINAT BELI PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI DEALER TUNAS TOYOTA RADIN INTEN

Oleh:

Gading Pramesti

NIM: 1719119

(Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh langsung promosi penjualan terhadap pembelian mobil Toyota Veloz dan pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi minat beli pelanggan di Dealer Tunas Toyota Radin Inten. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain variabel bebas yaitu promosi penjualan (X_1), variabel mediasi yaitu minat beli pelanggan (Y_1) dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y_2). Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli mobil Toyota Veloz di Dealer Tunas Toyota Radin Inten. Sampel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *total population sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS versi 26 dan pendekatannya adalah kuantitatif. Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pelanggan. (2) Minat Beli pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (3) Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (4) Promosi Penjualan berpengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat beli pelanggan.

Kata kunci: Promosi Penjualan, Minat Beli Pelanggan, Keputusan Pembelian, Analisis Jalur (*Path Analysis*)