

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *ADVERTISING*

Skripsi, Agustus 2023

Resita Novia Rizal

2019140161

"Pengaruh Promosi Penjualan Gofood Terhadap Keputusan UMKM Menggunakan Aplikasi"

ABSTRAK

Promosi adalah kegiatan yang membutuhkan biaya yang relatif besar, sehingga harus memiliki rencana yang matang agar pengeluaran yang dikeluarkan sebanding dengan peningkatan penjualan. Tinggi atau rendahnya hasil penjualan menunjukkan seberapa efektif promosi oleh karena itu, hasil penjualan akan membantu perusahaan menentukan seberapa efektif promosi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur promosi penjualan Gofood dimata UMKM wilayah Pamulang untuk menggunakan aplikasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Promosi Penjualan (Kotler dan Armstrong (2016:206) dan teori Keputusan Pembelian (Kotler dan Keller (2016:520). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode yang digunakan menggunakan metode survey. Populasi terdapat 165 yang sesuai karakteristik. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 116 responden, teknik sampling yang digunakan yaitu teknik purposive sampling. Dengan hasil pengukuran variabel Promosi Penjualan sebesar 4,51 dan hasil pengukuran variabel Keputusan UMKM Menggunakan Aplikasi sebesar 4,47. Sedangkan besar pengaruh keputusan pembelian terhadap keputusan UMKM menggunakan aplikasi yaitu 66,5% angka tersebut mengartikan bahwa pengaruh kedua variabel yaitu tinggi, sementara sisanya 33,5% dipengaruhi faktor lain di luar variabel penelitian. Dengan membuktikan adanya pengaruh, hasil uji hipotesis dimana $3,982 > 0,676$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti koefisien regresi signifikansi yaitu terdapat adanya pengaruh antara Promosi Penjualan terhadap Keputusan UMKM Menggunakan Aplikasi.

Kata kunci : Promosi penjualan, Gofood, UMKM

Refrensi : 8 Buku, 5 Jurnal, 2 Website

Dosen Pembimbing : Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si.