

ABSTRAK

Persaingan produsen yang semakin ketat membuat produk yang dibuat semakin menarik konsumen, tentu saja hal ini semakin menguntungkan konsumen karena bisa bebas memilih produk mana yang mampu memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Persepsi Penggunaan Jasa Air Port Handling Di Terminal 2 Juanda Sidoarjo” dengan sampel sebanyak 100 responden. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian melalui persepsi. Setelah melakukan berbagai Uji Statistik dan menggunakan metode Analisis Jalur diperoleh persamaan Sub Struktur 1 yaitu $Z = 0,918 X + 0,4 \epsilon_1$ dan koefisien determinasi 84,1 %. Pada Persamaan Sub Struktur 2 yaitu $Y = 0,541 X + 0,403 Z + 0,385 \epsilon_2$ dan koefisien determinasi 85,2 %. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut 1). Promosi berpengaruh signifikan terhadap persepsi penggunaan jasa Air Port Handling Di Terminal 2 Juanda Sidoarjo. 2). Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian penggunaan jasa Air Port Handling Di Terminal 2 Juanda Sidoarjo. 3). Persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian penggunaan jasa Air Port Handling Di Terminal 2 Juanda Sidoarjo. 4). Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui persepsi penggunaan jasa Air Port Handling Di Terminal 2 Juanda Sidoarjo.

Kata Kunci : Promosi, Persepsi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Increasing competition among producers makes products made more attractive to consumers, of course this will increasingly benefit consumers because they are free to choose which products are able to meet their needs. This study takes the title "Effect of Promotion of Purchasing Decisions Through Perception of the Use of Air Port Handling Services in Terminal 2 Juanda Sidoarjo" with a sample of 100 respondents. The purpose of this study is to examine and analyze the effect of promotion on purchasing decisions through perception. After conducting various Statistical Tests and using the Path Analysis method the Sub Structure 1 equation is obtained, namely $Z = 0.918 X + 0.4 \epsilon_1$ and the coefficient of determination 84.1%. In the Sub-Structure 2 equation, $Y = 0.541 X + 0.403 Z + 0.385 \epsilon_2$ and the coefficient of determination is 85.2%. The results of this study are as follows 1). Promotion has a significant effect on the perception of the use of Air Port Handling services in Terminal 2 Juanda Sidoarjo. 2). Promotion has a significant effect on purchasing decisions for the use of Air Port Handling services at Terminal 2 Juanda Sidoarjo. 3). Perception has a significant effect on the decision to purchase the use of Air Port Handling services at Terminal 2 Juanda Sidoarjo. 4). Promotion has a significant effect on purchasing decisions through the perception of the use of Air Port Handling services at Terminal 2 Juanda Sidoarjo.

Keywords: Promotion, Perception, Purchase Decision.