

ABSTRAK

Pengaruh Promosi Penjualan, Slogan Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Produk Gas Pada PT. Tasya Gasindo Medan.

Guna penelitian ini adalah memahami dan menganalisis pengaruh Promosi Penjualan, Slogan Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pelanggan PT. Tasya Gasindo Medan. Data yang dipakai adalah data primer telah peroleh dari hasil 97 responden dengan metode accidental sampling.

Teknik pengumpulan data yang di gunakan untuk penelitian ini dengan memakai teknik kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data penelitian tersebut menggunakan regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t dan uji f) dan koeffisien determinasi pengolahan data penelitian ini menggunakan program Software SPSS (Statistic Package For The Social Scences) Versi 23.

Nilai dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial (t) diperoleh untuk nilai promosi penjualan t hitung 2,943 lebih besar dari t tabel 1,661 dan nilai sig yang diperoleh $0,004 < 0,05$ yang berarti promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan PT. Tasya Gasindo Medan. Secara parsial diperoleh nilai untuk slogan produk t hitung 3,698 lebih besar dari t tabel 1,661 dan pada nilai sig yang diperoleh $0,000 < 0,05$ yang berarti slogan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan PT. Tasya Gasindo Medan. Secara parsial nilai untuk kepuasan pelanggan t hitung -2,022 lebih besar dari t tabel 1,661 dan nilai signifikan yang diperoleh $0,046 < 0,05$ yang berarti bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan PT. Tasya Gasindo Medan. Hasil pada uji f diperoleh nilai f hitung = 12,813 yang lebih besar dan nilai f tabel (2,70), dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti secara simultan promosi penjualan, slogan produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan pada PT. Tasya Gasindo Medan.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Slogan Produk, Kepuasan Pelanggan dan Keputusan Pelanggan.

ABSTRACT

The Effect of Selling Promotion, Product Slogan, And Customers Satisfaction, To Costumers Decision Buy A Product Gas PT. Tasya Gasindo Medan.

The purpose of this research is to find out and analyze influence of sales promotion, product slogan, and customers satisfaction, to customer PT. Tasya Gasindo Medan. The data of this research is the premier data which was obtained from the answers of 97 respondents with accidental sampling method.

Data collection techniques used in this study used questionnaire or questionnaire and interview techniques. Data analisis techniques in this study used multiple linear regretion classical assumption test, hypothesis test (t test and f test) and the coefficient of determination. Data processing in this study used the SPSS (statistic package for the social sciences) program version 23.

Hypothesis testing results indicate that partially (t) obtained the t value of the sales promotion 2,943 is greater than t table 1,661 and sig value obtained $0,004 < 0,05$ which maens that sales promotion has a positive and significant influence on customer decisions PT. Tasya Gasindo Medan. Partially obtained value for product slogan t count 3,698 is greater than 1,661 and sig value obtained $0,000 < 0,05$ which means that the product slogan has a positive and significant effect on customer decision towards PT. Tasya Gasindo Medan. Partially obtained value for customer satisfaction t count -2,022 is greater that 1,661 t table and the sig value obtained is $0,046 < 0,05$ which is greater than the value of the f table (2,70) and a significance probability of $0,000 < 0,05$, meaning that simultaneously sales promotion, product slogan, and customer satisfactionhave a positif and significant effect on customer decision at PT. Tasya Gasindo Medan.

Keywords : Sales Promotion, Product Slogan, Customer satisfaction and Customers Decision.