

**PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN
LAPTOP LENOVO LEGION PADA
KOMUNITAS POLINEMA *E-SPORTS COMMUNITY* MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang



DISUSUN OLEH:
DENISE DEO CAESAR
NIM : 202111021

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
2025

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Denise Deo Caesar
NIM : 202111021
Perguruan Tinggi : Universitas Widya Karya Malang
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pembelian Laptop Lenovo Legion Pada Komunitas Polinema *E-Sports Community* Malang.

Malang, 17 Juli 2025



Denise Deo Caesar

Pembimbing I



(Riwidya Tri Oktavia, S.E., M.M.)
NIDN. 0714108806

Pembimbing II



(I. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM)
NIDN. 0724018601

Mengetahui



(Riwidya Tri Oktavia, S.E., M.M.)
NIDN. 0714108806

(I. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM)
NIDN. 0724018601

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi yang berjudul :
Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pembelian Laptop Lenovo Legion Pada
Komunitas Polinema *E-Sports Community* Malang.
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Denise Deo Caesar

NIM : 202111021

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 17 Juli 2025 dan telah memenuhi
syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Strata Satu (S - 1).

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang



DEWAN PENGUJI

1. Bernadeta Wahyu Pratita, S.Pd., M.M.
NIDN. 0716099202
2. J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., MSM
NIDN. 0724018601
3. Riwidya Tri Oktavia, S.E., M.M.
NIDN. 0714108806

TANDA TANGAN

.....
.....
.....



Jl. Soekarno Hatta No.9, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Randika Firmansyah
Jabatan : Ketua Umum 2024/2025
Alamat : Jl. Soekarno Hatta No.9

Dengan ini bahwa ;

Nama : Denise Deo Caesar
NIM : 202111021
Jurusan : Manajemen

Telah melakukan penelitian di Polinema E-Sports Community Malang yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta No.9 dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pembelian Laptop Lenovo Legion Pada Komunitas Polinema E-Sports Community".

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 24 Juli 2025



Randika Firmansyah
Ketua Komunitas

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang menanda tangan berikut ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pembelian Laptop Lenovo Legion Pada Komunitas Polinema *E-Sports Community* Malang ialah karya original dari :

Nama : Denise Deo Caesar
NIM : 202111021
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya karya Malang
serta bukan karya plagiasi baik separuh ataupun keseluruhannya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya serta jika ada kesalahan saya siap mendapat hukuman sejalan dengan peraturan yang berlaku

Malang, 17 Juli 2025



Denise Deo Caesar

Pembimbing I



(Riwdya Tri Oktavia, S.E., M.M.)
NIDN. 0714108806

Pembimbing II



(I. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM)
NIDN. 0724018601

Mengetahui



Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(A. Chubun, S.E., M.M.)
NIDN. 0726018502



Kepala Program Studi Manajemen
(I. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM)
NIDN. 0724018601

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas berkat dan perlindungan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi saya berjudul “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pembelian Laptop Lenovo Legion Pada Komunitas Polinema *E-Sports Community* Malang” tepat pada waktunya. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen pada program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Ibu Riwidya Tri Oktavia, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing 1.
2. Ibu Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM. selaku dosen Kaprodi Manajemen dan dosen pembimbing 2.
3. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberi dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik.
4. Teman – teman yang telah membantu dalam penulisan selama proses pengerjaan skripsi.

Seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan semangat dari proses penulisan skripsi hingga selesai. Penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan nama, gelar, kata-kata yang kurang berkenan. Oleh karena itu, penulis dengan hati terbuka menerima segala bentuk saran dan kritikan untuk penyempurnaan laporan ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR KETERANGAN PENELITIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Kajian Penelitian Terdahulu.....	9
B. Landasan Teori.....	15
1. Bauran Promosi	15
2. Minat Pembelian.....	22
C. Kerangka Berpikir.....	28
D. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Lokasi Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel.....	30
D. Sumber Data	32
E. Jenis Data.....	32
F. Definisi Operasional Variabel.....	32
G. Metode Pengumpulan Data	35
H. Teknik Analisis Data	35
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA.....	43
A. Gambaran Umum Perusahaan	43
B. Gambaran Umum Responden.....	46

C.	Distribusi Frekuensi	49
D.	Analisis Data dan Interpretasi Data.	59
E.	Pembahasan Hasil Penelitian	67
F.	Implikasi Hasil Penelitian.....	70
BAB V PENUTUP		81
A.	Kesimpulan	81
B.	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....		84
LAMPIRAN.....		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	32
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Deskripsi Responen Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Anggota.....	47
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Mengetahui Lenovo Legion.....	48
Tabel 4.5 Deskripsi Frekuensi Variabel Periklanan.....	49
Tabel 4.6 Deskripsi Frekuensi Variabel Promosi Penjualan.....	51
Tabel 4.7 Deskripsi Frekuensi Variabel Hubungan Masyarakat.....	52
Tabel 4.8 Deskripsi Frekuensi Variabel Penjualan Personal.....	53
Tabel 4.9 Deskripsi Frekuensi Variabel Pemasaran Langsung.....	55
Tabel 4.10 Deskripsi Frekuensi Variabel Minat Pembelian.....	57
Tabel 4.11 Uji Validitas	59
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.13 Uji Normalitas	61
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.15 Uji Regresi Linear Berganda.....	63
Tabel 4.16 Uji F.....	66
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Jumlah Mahasiswa Tahun 2020 - 2025	4
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	
Lampiran 2 Data Uji SPSS.....	
Lampiran 3 Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	
Lampiran 4 Kartu Bimbingan.....	
Lampiran 5 Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah.....	

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN LAPTOP
LENOVO LEGION PADA KOMUNITAS POLINEMA *E-SPORTS COMMUNITY*
MALANG

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh bauran promosi terhadap minat beli. Metode pengumpulan data yang diterapkan adalah purposive sampling dengan cara menyebarkan kuesioner. Sebagai sampel, penelitian ini melibatkan 60 mahasiswa tergabung dalam Polinema *E-Sports Community* Malang. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh komponen bauran promosi, yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung, secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian produk Laptop Lenovo Legion di kalangan mahasiswa anggota komunitas tersebut.

Kata kunci: *Bauran promosi, periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, pemasaran langsung, dan minat pembelian.*

