**ABSTRAK**

**PENGARUH PROMOSI MELALUI SMS BLAST**

 **TERHADAP PRILAKU KONSUMEN PADA**

 **ZOYA PLAZA MEDAN FAIR**

**Oleh**

**HAYATUN NISA**

 **NPM : 153114252**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi melalui SMS blast terhadap perilaku konsumen pada zoya plaza medan fair. Teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen zoya plaza medan fair yang berjumlah 40 orang. Hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi Y = 6,144 + 0,805 X1 + e. Nilai konstanta 6,144 bahwa tanpa adanya variabel promosi melalui SMS blast besar perilaku konsumen pada zoya plaza medan fair adalah 6,144. Koefisien regresi promosi melalui SMS blast (X) sebesar 0,805 menunjukkan bahwa setiap peningkatan promosi melalui SMS blast maka promosi melalui SMS blast akan naik sebesar 0,805. Hasil uji secara parsial promosi melalui SMS blast berpengaruh positif dan signifikan terhadap promosi melalui SMS blast terhadap perilaku konsumen pada zoya plaza medan fair. dimana nilai thitung > ttabel (6,144 > 2,024) dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05. Secara simultan variabel promosi melalui SMS blast positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen pada zoya plaza medan fair menunjukan Ho ditolak dan Ha diterima. Maka nilai R square yang diperoleh sebesar 0,773, Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 77,3% perilaku konsumen (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh promosi melalui SMS blast.

**Kata Kunci : Promosi melalui SMS Blast, Perilaku Konsumen.**

***ABSTRACT***

***EFFECT OF PROMOTION THROUGH BLAST SMS***

 ***ON CONSUMER BEHAVIOR ON***

 ***ZOYA PLAZA MEDAN FAIR***

**HAYATUN NISA**

 **NPM : 153114252**

*This study aims to determine the effect between the promotion through blast SMS on consumer behavior on Zoya Plaza Medan Fair. Technique of data analysis which writer use in this research is descriptive quantitative. The sample in this research is all employees totaling 40 people. The results of this study obtained the regression equation* *Y = 6,144 + 0,805 X1 + e. The constant value of 6,144 that without any variable promotion through blast SMS on consumer behavior on Zoya Plaza Medan Fair The Progress is 6,144. regression coefficient of promotion through blast SMS (X1) equal to 0,805 indicate that every improvement of promotion through blast SMS then consumer behavior on will increase equal to 0,805. Partial test results of variable promotion through blast SMS have a positive and significant effect on the consumer behavior on Zoya Plaza Medan Fair to go where tcount> ttable (6,144 > 2,024) with significant level 0,000 <0,05. Simultaneously the variable quality of promotion through blast SMS have a positive and significant effect on the Consumer Behavior on Zoya Plaza Medan Fair. Once Ho is rejected and Ha accepted Then the value of R square obtained is 0,773, The number indicates that 77,3% of consumer behavior (dependent variable) can be explained by promotion through blast SMS.*

***Keywords: Promotion Through Blast SMS, Consumer Behavior.***