

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar dari pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada UD. Hamid Putra Jaya. Sampel ini berjumlah 132 responden atau konsumen yang melakukan pembelian produk pada UD. Hamid Putra Jaya dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan sampel dengan cara memilih kriteria tertentu. Analisis data menggunakan pengujian asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan pengujian hipotesis (uji t dan uji F). Pengolahan data menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel promosi dan variabel harga terhadap keputusan pembelian dan secara simultan variabel promosi dan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Perusahaan harus tetap mempertahankan dalam promosi dan terus memonitor harga dari para pesaing.

Kata kunci : Tujuan , teknik, sampel, hasil penelitian

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine how big the influence of promotion and price on product purchasing decisions at UD. Hamid Putra Jaya. This sample amounted to 132 respondents or consumers who made purchases of products at UD. Hamid Putra Jaya using purposive sampling technique in determining the sample by selecting certain criteria. Data analysis used classical assumption testing, multiple linear regression test and hypothesis testing (t test and F test). Data processing using SPSS 26. The results showed that there was a positive influence between the promotion variable and the price variable on purchasing decisions and simultaneously the promotion variable and the price variable had a significant effect on purchasing decisions. Companies must stay in promotions and continue to monitor prices from competitors.

Keyword : Objectives, Techniques, Samples, Research Result