

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI KOPLAKAN

Perkembangan makanan dan minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan yang semakin berkembang pesat dari tahun ke tahun. Industri makanan dan minuman memiliki pangsa pasar yang besar di Indonesia. Kopi Koplakan adalah perusahaan yang bergerak di bidang minuman dengan produknya kopi ijo yang bernama Kopi Koplakan. Omzet penjualan dari Kopi Koplakan terus menurun dan hanya pernah mencapai target pada bulan April dan Mei dalam periode Januari sampai Agustus 2019. Pihak Kopi Koplakan memutuskan untuk membuat pra survey yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang ada di Kopi Koplakan. Setelah dilakukannya pra survey, diketahui bahwa promosi dan harga menjadi masalah dari Kopi Koplakan. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian dari produk Kopi Koplakan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk Kopi Koplakan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah promosi dan harga sebagai variabel bebas, dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan analisis linier berganda sebagai model analisisnya. Sampel dari penelitian ini berjumlah 140 orang responden dan diolah dengan menggunakan SPSS 23. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa promosi dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kopi Koplakan.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Promosi, dan Harga