

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN KONSUMEN UNTITLED

Penelitian ini berjudul pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Untitled. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas yaitu faktor harga (X_1) dan promosi (X_2) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen Untitled (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Untitled yang berjumlah 50 orang, dan semua populasi diangkat menjadi sampel. Perolehan data kemudian didapatkan dengan cara menyebarkan angket kepada 50 sampel penelitian. Selanjutnya data angket diolah dan dilakukan analisa dengan alat bantu program SPSS 17.0. Melalui analisa regresi linear berganda, hasil penelitian harga (X_1) dan promosi (X_2) didapatkan sebesar 0,596 yang artinya 59,6% variabel dari keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel harga (X_1) dan promosi (X_2), sedangkan sisanya sebesar 0,404 atau 40,4% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Promosi, Keputusan Pembelian Konsumen