

Abstrak

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNAAN JASA CEMERLANG LAUNDRY DI KOTA KEDIRI

Nama Mahasiswa : Mohammad Rohman Subekti

Email : bektirohman6@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Kediri

Dosen Pembimbing : Drs. Ariadi Santoso, M.M. dan Bothy Dewandaru, SE.
M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Cemerlang Laundry di Kota Kediri. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan yang dapat dicapai adalah untuk mengetahui dan menganalisa bahwa variabel harga (X1), promosi (X2), terhadap keputusan penggunaan (Y) pada Cemerlang Laundry di Kota Kediri. Metode uji pengaruh yang digunakan adalah metode analisis statistik terdiri dari uji regresi berganda yaitu analisis determinasi, pengujian signifikan yang terdiri dari uji-T dan uji-F. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa (1) Hasil pengujian secara parsial (uji t) variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,094 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,669 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa cemerlang laundry di kota kediri.(2) Hasil pengujian secara parsial (uji t) variabel promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,401 sedangkan nilai T_{tabel} adalah 1,669 dan nilai signifikansi sebesar $0,019 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a diterima sehingga disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa cemerlang laundry di kota kediri. (3) Hasil pengujian secara simultan (uji f) dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} = 34,237 > F_{tabel} = 3,98$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan (4) Nilai koefisien determinasi (R^2) dengan hasil R Square sebesar 0,498 yang berarti bahwa kedua variabel independen yakni harga dan promosi mempunyai presentase keeratan kepada variabel dependen keputusan penggunaan sebesar 4,98 %.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Keputusan

Abstract

THE EFFECT OF PRICE AND PROMOTION ON THE DECISION TO USE CEMERLANG SERVICES LAUNDRY IN KEDIRI CITY

Name of Student : Mohammad Rohman Subekti

Email : bektirohman6@gmail.com

Faculty of Economics, University of Kediri

Dosen Pembimbing : Drs. Ariadi Santoso, M.M. dan Bothy Dewandaru, SE.
M.M.

This study aims to examine and analyze the Effect of Price and Promotion on Decisions to Use Brilliant Laundry Services in Kediri City. The data analysis technique used in this study uses a quantitative approach. The objectives that can be achieved are to find out and analyze that the price variable (X1), promotion (X2), on the decision to use (Y) at Cemerlang Laundry in Kediri City. The effect test method used is statistical analysis method consisting of multiple regression test, namely determination analysis, significant test consisting of T-test and F-test. Based on the results of the analysis and discussion, it can be concluded that (1) The results of the partial test (t test) of the price variable have a significant effect on the decision to use. This shows that the value $t_{\text{calculated}} = 4.094$ while the t_{table} is 1.669 and the significance value is $0.000 < 0.05$, then H_0 is rejected and H_a is accepted so that it can be concluded that the price variable affects the decision to use brilliant laundry services in the city of Kediri. (2) The results of the partial test (t test) of the sales promotion variable have a significant effect on the decision to use. This shows that the $t_{\text{calculated}}$ value while the t_{table} value is 2.401 and the significance value is $0.019 > 0.05$ then H_0 is accepted and H_a is accepted so that it can be concluded that the promotion variable affects the decision to use brilliant laundry services in the city of Kediri. (3) Simultaneous test results (f test) can be concluded that the price variable (X1) has a significant effect on purchasing decisions. This is evidenced by the $F_{\text{calculated}} = 34,237 > F_{\text{table}} = 3.98$ with a significance value of $0.000 < 0.05$ then H_0 is rejected and H_a accepted, so it can be concluded that both the price and promotion variables affect the decision to use (4) The coefficient of determination (R^2) with the results of R Square of 0.498 which means that the two independent variables, namely price and promotion, have a closeness percentage to the dependent variable of usage decisions of 4.98%.

Keywords: Price, Promotion, Decision