

ABSTRAK

Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sepatu Bata Cabang Kediri

Rusma Medya Agustin

Medyaagustin@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Kediri

Dosen Pembimbing:

Drs. Sudjiono.,MM

Bothy Dewandaru, SE.MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *promosi* dan *harga* terhadap *keputusan pembelian* pada Toko Sepatu Bata Cabang Kediri. Penelitian ini digunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan semua customer toko sepatu bata, sedangkan sampelnya sebanyak 96 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *Accidental Sampling*. Sedangkan metode analisis dan menggunakan Uji t (Uji Parsial), Uji F (Uji Simultan) dan R^2 (Koefisien Determinasi). Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: (1) hasil pengujian secara parsial (Uji t) *promosi* berpengaruh positif signifikan terhadap *keputusan pembelian*. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} sebesar 2,044 sedangkan T_{tabel} adalah 1,989 dan nilai signifikansi sebesar $0.044 < 0,05$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. (2) hasil pengujian secara parsial (Uji T) *harga* berpengaruh positif signifikan terhadap *keputusan pembelian*. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} sebesar 2,060 sedangkan T_{tabel} adalah 1,989 dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. (3) hasil pengujian secara simultan (Uji F) *promosi* dan *harga* berpengaruh secara simultan terhadap variabel *keputusan pembelian* pada toko sepatu bata cabang Kediri. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} = 27.770 > F_{tabel} = 3,09$ dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Influence of Promotion and Price on Decision Purchase at Bata Shoe Store, Kediri Branch

Rusma Medya Agustin
Medyaagustin@gmail.com
Fakultas Ekonomi Universitas Kediri

Dosen Pembimbing:

Drs. Sudjiono.,MM
Bothy Dewandaru, SE.MM

This study aims to determine the effect of promotion and price on purchasing decisions at the Bata Shoe Store, Kediri Branch. This study used quantitative research. The population used in this study were all customers or prospective buyers at a brick shoe store, while the sample was 96 respondents. The sampling method in this study is to use the Accidental Sampling technique. While the method of analysis and using t test (Partial Test), F test (simultaneous test) and R2 (Coefficient of Determination). purchase. This shows that the Tcount value is 2.044 while Ttable is 1.989 and the significance value is $0.044 < 0.05$. So H_0 is rejected and H_a is accepted. (2) the results of the partial test (T test) the price has a significant positive effect on purchasing decisions. This shows that the Tcount value is 2,060 while Ttable is 1,989 and the significance value is $0.000 < 0.05$, so H_0 is rejected and H_a is accepted. (3) The results of simultaneous testing (F test) promotion and price have a simultaneous effect on the purchasing decision variables at Kediri branch brick shoe shop. This is evidenced by the value of $F_{count} = 27.770 > F_{table} = 3.09$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. So H_0 is rejected and H_a is accepted

Keywords: Promotion, Price, Purchase Decision