

ABSTRAK

Dian Octa Widianty (2020), NPM : 1641892, Judul Penelitian ini adalah **“PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ROTI OLIVIA CABANG NGANJUK”**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi dan harga Terhadap keputusan pembeli pada toko roti Olivia cabang Nganjuk. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan yang dapat dicapai adalah untuk mengetahui dan menganalisa bahwa variabel promosi (X1), harga (X2), terhadap keputusan pembelian (Y) pada toko roti Olivia cabang Nganjuk. Metode uji pengaruh yang digunakan adalah metode analisis statistik terdiri dari uji regresi linear berganda yaitu analisis determinasi, pengujian signifikan hipotesis yang terdiri dari uji -T dan Uji - F. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa (1) Promosi berpengaruh signifikan karena nilai t untuk variabel promosi adalah positif sebesar 6.014. Dikatakan signifikan karena nilai signifikansi dari variabel promosi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian di pada toko roti Olivia cabang Nganjuk, (2) Harga berpengaruh positif karena nilai t untuk variabel promosi adalah positif sebesar 3.325. Dikatakan signifikan karena nilai signifikansi dari variabel promosi sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai α 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko roti Olivia cabang Nganjuk. (3) Promosi dan harga bersama -sama memiliki nilai signifikansi dari variabel promosi dan harga sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α 0,05 dan nilai F hitung sebesar 54,653 lebih besar dari nilai F tabel 2,47 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi dan harga bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko roti Olivia cabang Nganjuk.

Kata kunci: Promosi, Harga, Keputusan pembelian