

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan bertujuan (1) mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Toko Hijab Faza 2&6 Kediri, (2) mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan Pembelian pada Toko Hijab Faza 2&6 Kediri, (3) mengetahui pengaruh Harga dan Promosi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Toko Hijab Faza 2&6 Kediri, (4) mengetahui pengaruh manakah yang paling dominan terhadap Keputusan Pembelian Toko Hijab Faza 2&6 Kediri,

Penelitian ini menggunakan Pendekatan Kuantitatif dengan subyek penelitian ini adalah Konsumen yang datang ke Toko Hijab Faza 2&6 Kediri. Sampel ditentukan menggunakan teori tabel Isaac dan Michael, dengan responden 155 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan angket (kuesioner) dan wawancara. Sedangkan teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi Linier berganda.

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 14,6%, sedangkan sisanya sebesar 85,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Disarankan perusahaan terus meningkatkan faktor-faktor yang menjadi pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, karena dengan meningkatkan faktor-faktor tersebut maka konsumen akan meningkatkan keputusan Pembelian secara maksimal.

Kata Kunci : Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.