

ABSTRAK

Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Unggul Jaya Mebel Blitar

Yenny Ferdiana

Yennyferdyana1701@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing : 1. Ria Lestari Pangastuti, SE, MM
2. Endang Triwidyati, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada UD. Unggul Jaya Mebel Blitar, (2) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada UD. Unggul Jaya Mebel Blitar, (3) Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada UD. Unggul Jaya Mebel Blitar.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 30 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah menggunakan teknik uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh antara variabel X_1 terhadap variabel Y, (2) Tidak terdapat pengaruh antara variabel X_2 terhadap variabel Y, (3) Terdapat pengaruh antara variabel X_1 dan variabel X_2 secara simultan terhadap variabel Y.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Effect Of Promotion and Price On Purchasing Decisions at UD. Unggul Jaya Mebel Blitar

Yenny Ferdyana

Yennyferdyana1701@gmail.com

Faculty of Economics and Business, Kadiri University

Supervisor: 1. Ria Lestari Pangastuti, SE, MM

2. Endang Triwidyati, SE, MM

This study aims to find out: (1) The effect of promotion on purchasing decisions at UD. Unggul Jaya Mebel Blitar, (2) The effect of price on purchasing decisions at UD. Unggul Jaya Mebel Blitar, (3) The influence of promotions and prices on purchasing decisions at UD. Unggul Jaya Mebel Blitar.

The type of research used is explanatory research. The sampling technique in this study used a non-probability sampling technique with the number of samples obtained as many as 30 respondents. The data analysis technique used to test this research hypothesis is using multiple linear regression test techniques.

The results of this study show that: (1) There is an influence between variable X_1 on variable Y, (2) There is no influence between variable X_2 on variable Y, (3) There is an influence between variable X_1 and variable X_2 simultaneously on variable Y.

Keywords: *Promotion, Price, Purchase Decision*