

ABSTRAK

Susi Sulastri (1168020276). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bimbel *Online* Quipper Video (Studi pada Pengguna Quipper Video di Jawa Barat).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian secara parsial maupun secara simultan.

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif verifikatif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *incidental sampling* yaitu sebanyak 100 orang pengguna Quipper Video yang tersebar di Jawa Barat. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui media *online* kepada pengguna Quipper Video. Teknik Analisis menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), regresi linear berganda dan pengukuran koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada pengujian secara parsial Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Bimbel *Online* Quipper Video dengan t hitung (5,083) > t tabel (1,98472) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Bimbel *Online* Quipper Video dengan t hitung (5,199) > t tabel (1,98472) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan Promosi dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Bimbel *Online* Quipper Video dengan nilai f hitung (53,885) > f tabel (3,09) dengan tingkat signifikansi $0,000 > 0,5$ dengan besaran pengaruh 52,6% dan sisanya 47,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata kunci: Promosi, Harga, Keputusan Pembelian