

ABSTRAK

Feby Nurmalasari (1188020066) : “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Puyuh Nyampak Jaya Bandung (Penelitian Pada Konsumen Puyuh Nyampak Jaya Bandung di Kota Bandung)”.

Pokok masalah dalam penelitian ini terdapat pada Keputusan Pembelian konsumen pada produk Puyuh Nyampak Jaya Bandung yang mana menerapkan strategi marketing yang menarik perhatian konsumen dengan memperhatikan promosi dan harga yang baik akan menyebabkan meningkatkan keputusan pembelian dan bahkan merekomendasikan produk merek tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun secara simultan dari Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Puyuh Nyampak Jaya Bandung pada Konsumen Puyuh Nyampak Jaya Bandung di Kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik *sampling incidental* dengan jumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner berupa 28 item pernyataan yang diukur menggunakan skala likert 1 – 5 dan di uji oleh validitas, reliabilitas. Teknik analisis data untuk menjawab hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Semua pengujian dilakukan dengan bantuan program SPSS Versi 26

Hasil penelitian dari uji parsial menunjukkan bahwa Promosi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sedangkan Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Kemudian hasil uji simultan menunjukkan bahwa Promosi (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil pengujian dari analisis regresi linear berganda menunjukkan bentuk persamaan sebagai berikut: $Y = 2,517 + 0,502X_1 + 0,614X_2$. Selanjutnya berdasarkan hasil uji koefisien determinasi secara simultan Promosi dan Harga mempunyai pengaruh sebesar 56,5% terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Promosi, Harga, dan Keputusan Pembelian