

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET SIMPATI STUDI PADA MASYARAKAT PENGGUNA PAKET INTERNET SIMPATI DI KECAMATAN BULELENG

Oleh

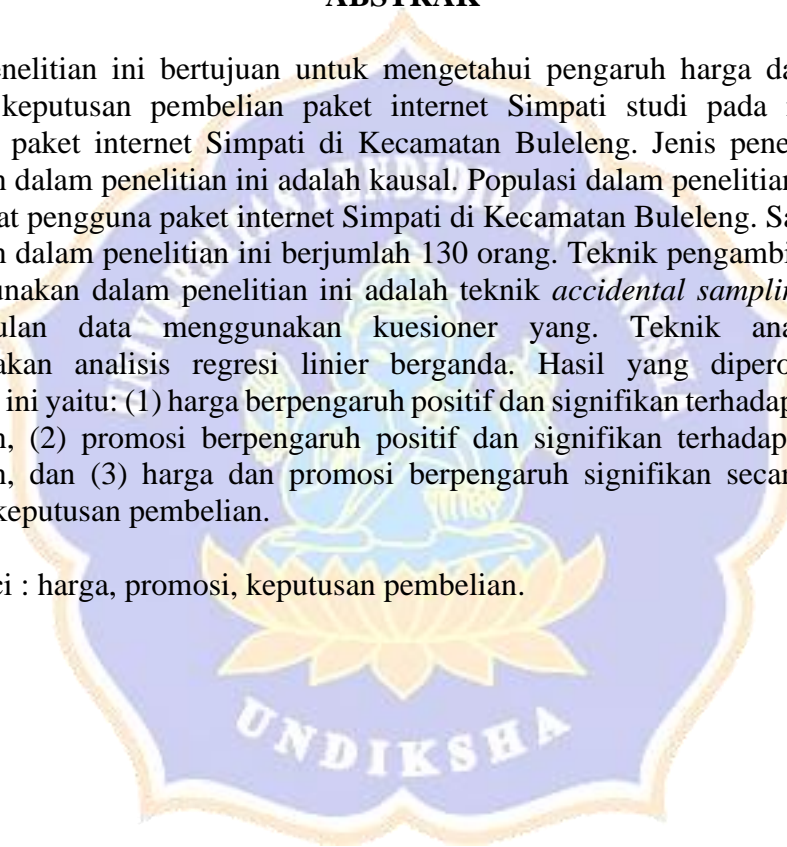
Kadek Dwiyantini Putri, NIM 1717011071

Jurusan Ekonomi dan Akuntansi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian paket internet Simpati studi pada masyarakat pengguna paket internet Simpati di Kecamatan Buleleng. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna paket internet Simpati di Kecamatan Buleleng. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 130 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu: (1) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) harga dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : harga, promosi, keputusan pembelian.



**THE EFFECT OF PRICE AND PROMOTION ON THE PURCHASE
DECISION OF THE SIMPATI INTERNET PACKAGE STUDY ON
COMMUNITY OF USING THE SIMPATI INTERNET PACKAGE IN
BULELENG DISTRICT**

By
Kadek Dwiyantini Putri, NIM 1717011071
Department of Economics and Accounting

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and promotion on purchasing decisions for the Simpati internet package, the study of community users of the Simpati internet package in Buleleng District. The type of research used in this study is causal. The population in this study is the community of users of the Simpati internet package in Buleleng District. The sample used in this study amounted to 130 people. The sampling technique used in this research is accidental sampling technique. Methods of data collection using a questionnaire. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results obtained in this study are: (1) price has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions, and (3) prices and promotions simultaneously have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: price, promotion, purchase decision.

