

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
ULAN CAKE SERIRIT**

Oleh

Maulida Amerseliya Rosa, NIM 1717041257

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Ulan Cake Seririt, menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Ulan Cake Seririt, serta pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Ulan Cake Seririt. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 120 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner *online* melalui google form dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Harga dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ulan Cake Seririt. (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ulan Cake Seririt. (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ulan Cake Seririt.

Kata-kata kunci : harga, keputusan pembelian, promosi.

***THE EFFECT OF PRICE AND PROMOTION ON
PURCHASE DECISION ON
CAKE SERIRIT***

By

Maulida Amerseliya Rosa, NIM 1717041257

Management Department

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of price and promotion on purchasing decisions at Ulan Cake Seririt, examine the effect of price on purchasing decisions at Ulan Cake Seririt, and the effect of promotion on purchasing decisions at Ulan Cake Seririt. The research design used is causal quantitative research. Determination of the sample in the study using purposive sampling technique. The number of samples used is 120 respondents. The instrument used in data collection is an online questionnaire via google form and the data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study are: (1) Price and Promotion have a significant effect on purchasing decisions at Ulan Cake Seririt. (2) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions at Ulan Cake Seririt. (3) Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions at Ulan Cake Seririt.

Keywords: price, purchase decision, promotion.

