

ABSTRAK

Judul Penelitian : **Pengaruh Promosi, dan Harga terhadap Keputusan pembelian produk Teh Celup Sariwangi**

Dosen Pembimbing1 : **Drs. Bambang Suwarsono, MM**

Dosen Pembimbing 2 : **Miftahul Munir SE., MM**

Nama Mahasiswa : **Candra Arga Dinata S. NPM 121302102.55**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah promosi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Teh Celup Sariwangi. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kelurahan Banjaran, Kecamatan Kota, Kota Kediri. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik convenience sampling, yaitu sampel berdasarkan kemudahan dan metode ini dapat memilih dari elemen populasi yang datanya berlimpah, tidak terbatas, dan mudah diperoleh oleh peneliti, sehingga peneliti memiliki kebebasan untuk memilih sampel yang paling cepat, mudah, dan murah. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner. Teknik analisis menggunakan analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 6,999 + 0,207X_1 + 0,434X_2 + \epsilon$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan variabel promosi terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel Promosi dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Promosi, Harga, dan Keputusan pembelian