

ABSTRAK

Redi Sihar Padang, NIM: 7183510042. “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Blessing Sidikalang.”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Blessing Sidikalang. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi dengan populasi 2390 pembeli. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan jumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner (Angket) dan cara pengukurannya dengan skala likert serta di olah secara statistik menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2) yang sebelumnya data telah diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan program *SPSS for windows 30.0*

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Blessing Sidikala

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa harga dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai 0,800 artinya pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 80,0% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and promotion on purchasing decisions for Blessing Sidikalang coffee. This research was conducted in Sidikalang District, Dairi Regency with a population of 2390 buyers. The sampling technique used was probability sampling and the number of samples in this study was determined using the Slovin formula with a total of 100 people. The data collection technique in this study was carried out by distributing questionnaires (Questionnaires) and how to measure them with a Likert scale and statistically processed using multiple linear regression analysis and hypothesis testing with the t test, F test and coefficient of determination (R^2) which previously the data had been tested using validity tests, reliability tests and classical assumption tests. Data processing using the SPSS for windows 30.0 program.

Based on partial hypothesis testing, there is a positive and significant effect of price and promotion on purchasing decisions for Blessing Sidiklaang Coffee.

The results also show that price and promotion simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions. The coefficient of determination test (R^2) shows a value of 0.800, meaning that the effect of price and promotion on purchasing decisions is 80.0%, the rest is influenced by other variables outside this study.

Keywords: Price, Promotion, Purchasing Decisions.