

ABSTRAK

Ahmad Syafii, 7173510003, Pengaruh Harga, Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Cabang Karya Simpang Swadaya. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, 2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian di Indomaret Cabang Karya Simpang Swadaya. Sumber data penelitian ini adalah data primer yang diambil secara langsung kepada konsumen yang berbelanja di Indomaret Cabang Karya Simpang Swadaya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa kuisioner yang disebar kepada responden penelitian. Sampel dalam penelitian sebanyak 100 orang konsumen yang berbelanja di Indomaret Cabang Karya Simpang Swadaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Simple random sampling. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan harga, produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Besar pengaruh (R Square) dari harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 45,6%

Kata Kunci : Harga, Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ahmad Syafii, 7173510003, The Influence of Price, Product, and Promotion on Purchase Decisions at Indomaret Karya Simpang Swadaya Branch. Essay, Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Medan, 2019.

This study aims to determine the effect of price, product and promotion on research decisions at Indomaret Branch Karya Simpang Swadaya. The source of this research data is primary data taken directly to consumers who shop at Indomaret Karya Simpang Swadaya Branch. The data collection technique in this study was in the form of questionnaires distributed to research respondents. The sample in this study was 100 consumers who shopped at Indomaret Karya Simpang Swadaya Branch. The sampling technique used was simple random sampling method. Data analysis technique using multiple regression analysis.

The results showed that the price and significant effect on purchasing decisions. The product has an effect and is significant on purchasing decisions. promotion and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously price, product and promotion have a significant effect on purchasing decisions. The influence (R Square) of price, product and promotion on purchasing decisions is 45.6%

Keywords : Price, Product, Promotion, Purchase Decision