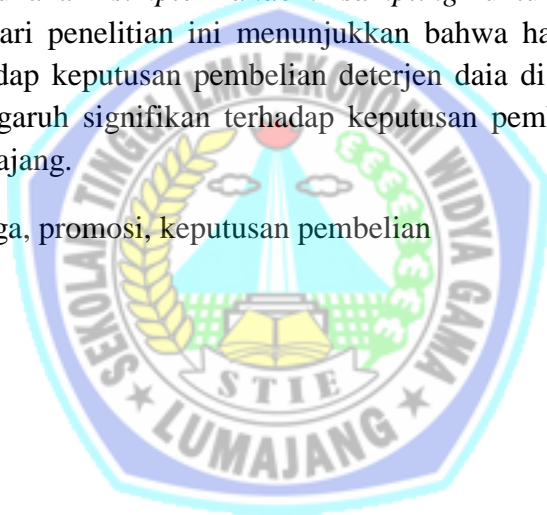


ABSTRAK

Deterjen merupakan kebutuhan dalam rumah tangga yang berfungsi sebagai pembersih pakaian. Seiring berjalannya waktu banyak jenis deterjen yang sudah diproduksi, contohnya deterjen bubuk dan cair. PT. Wings adalah produk rumah tangga yang sangat dibutuhkan dan pemeliharaan khususnya pada produk sabun pencuci pakaian (deterjen). Salah satu produk deterjennya adalah deterjen daia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, mengetahui dan menjelaskan promosi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan sampel berjumlah 45 responden yakni pembeli deterjen daia di Kabupaten Lumajang. Data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang di analisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Peneliti menggunakan *simple random sampling* untuk teknik pengambilan sampel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian deterjen daia di Kabupaten Lumajang. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian deterjen daia di Kabupaten Lumajang.

Kata Kunci: harga, promosi, keputusan pembelian



ABSTRACT

Detergent is a household need that functions as a clothes cleaner. Over time, many types of detergents have been produced, for example powder and liquid detergents. PT. Wings is a household product that is very much needed and maintenance, especially in laundry soap (detergent). One of the detergent products is Daia detergent. This study aims to determine and explain the effect of price on purchasing decisions, identify and explain promotions on purchasing decisions. This research is quantitative with a sample of 45 respondents, namely detergent buyers in Lumajang Regency. The data obtained by distributing questionnaires were analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The type of data used is primary data. The researcher used simple random sampling for the sampling technique. The results of this study indicate that the price does not have a significant effect on purchasing decisions for detergents in Lumajang Regency. Promotion has a significant effect on purchasing decisions for detergents in Lumajang Regency.

Keyword : price, promotion, purchasing decisions

