

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN**

(Studi pada Studio Foto FebrianFa26 Photography Lumajang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Henri Septiawan

NIM. 214121756

**PROGRAM SARJANA STRATA I
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2018

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN**

(Studi Studio Foto FebrianFa26 Photography Lumajang)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada studio foto FebrianFa26 Photography Lumajang, baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada studio foto FebrianFa26 Photography Lumajang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel harga mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian jasa foto, variabel promosi juga mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian jasa foto. Sedangkan secara simultan harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,232, harga dan promosi menunjukkan pengaruh yang cukup kuat terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan dan dijelaskan oleh variabel independen yaitu harga dan promosi 23,2%, sedangkan sisanya yaitu 76,8% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel lain seperti kualitas produk, tempat, sarana fisik, dan proses yang mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya.

Kata Kunci : harga, promosi, keputusan pembelian

**INFLUENCE OF PRICE AND PROMOTION
DECISION OF CONSUMER PURCHASE
(Photo Studio FebrianFa26 Photography Lumajang)**

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of price and promotion of purchasing decisions in photo studio FebrianFa26 Photography Lumajang, either partially or simultaneously. This study tested the hypothesis that there is influence of price and promotion against the purchase decision at photo studio FebrianFa26 Photography Lumajang. The research method used is multiple linear regression method. The result of research indicate that for variable of price have not significant influence to decision of purchasing of photo service, promotion variable also have influence in significant to decision of purchasing of photo service. While simultaneously price and promotion have a significant effect on purchasing decision with coefficient of determination (R^2) is obtained equal to 0,232, price and promotion show influence strong enough to purchasing decision shown and explained by independent variable that is price and promotion 23,2%, while the remaining 76,8% of purchasing decisions are influenced by other variables that are not examined in this research. The limitation of this study is to examine the influence of price and promotion on purchasing decisions. While other variables such as product quality, place, physical facility, and process that influence the purchase decision is expected to be investigated by further researchers.

Keywords: price, promotion, purchase decision