

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN OPAK GAMBIR
PADA UD. MAYA RIZKY
DI LUMAJANG**

SKRIPSI

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



Muhammad Fahmi Abdillah

NIM. 213121541

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

2017

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN OPAK GAMBIR
PADA UD. MAYA RIZKY
DI LUMAJANG**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada UD. Maya Rizky di Lumajang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal atau penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Sampel yang diambil adalah 45 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah sampel *random sampling*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, secara simultan harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Maya Rizky di Lumajang. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 80.3% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu harga dan promosi, sedangkan sisanya yaitu 19.7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti harga dan promosi sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sedangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya pada periode yang berbeda.

Kata Kunci : Harga dan Promosi, Keputusan Pembelian.

**EFFECT OF PRICE AND PROMOTION ON
PURCHASE DECISIONS OPAK GAMBIR
ON UD. MAYA RIZKY
IN LUMAJANG**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and promotion on purchase decision At UD. Maya Rizky In Lumajang. This research is a quantitative research by finding associative association that is causal or research that is asking about the relationship between two or more variables and causality. Samples taken are 45 people. The sample technique used is random sampling

The results of this study indicate that the price and promotion partially significant effect on purchasing decisions, simultaneously price and promotion have a significant effect on purchasing decisions in UD. Maya Rizky in Lumajang. The result of determination coefficient shows that 80.3% of purchasing decision can be explained by independent variable that is price and promotion, while the rest is 19.7% purchasing decision influenced by other variables not examined in this research.

Limitations of this study is to examine the price and promotion as a factor affecting the purchase decision while other variables that can influence the purchase decision is expected to be examined by researchers next in different periods.

Keywords: Price and Promotion, Purchase Decision.