

ABSTRAK

Winda, 181010051, 2022. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Benih Tanaman “Home Garden Seed” Pada CV. Jalan Tengah Perdana. STIE Eka Prasetya Medan, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M., Pembimbing II: Bapak Dedy Lazuardi, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Jalan Tengah Perdana. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah CV. Jalan Tengah Perdana serta unit observasinya adalah konsumen dari CV. Jalan Tengah Perdana. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari CV. Jalan Tengah Perdana sebanyak 38.644 responden. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dan berjumlah 100 responden. Metode penelitian yang digunakan yakni dengan teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan yang dilakukan secara sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Metode analisis yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dan membuktikan hipotesis adalah dengan analisis deskriptif, analisis regresi. Analisis ini mencakup validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi **Keputusan Pembelian = 6,531 + 0,402 Harga + 0,678 Promosi + e**. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Jalan Tengah Perdana dimana $t_{hitung} 4,255 > t_{tabel} 1,984$ dan variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Jalan Tengah Perdana dimana $t_{hitung} 8,113 > t_{tabel} 1,984$. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} 79,476 > F_{tabel} 3,09$ yang berarti variabel bebas yaitu Harga dan Promosi secara serempak berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian pada CV. Jalan Tengah Perdana. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 62,10% variabel Keputusan Pembelian pada CV. Jalan Tengah Perdana dipengaruhi oleh variabel Harga dan Promosi, sedangkan sisanya sebesar 37,90% dijelaskan oleh pengaruh faktor lain atau variabel di luar model seperti Gaya Hidup, Distribusi, dan Kualitas Pelayanan yang tidak dibahas di dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Keputusan Pembelian