

ABSTRAK

Putri. 2024. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Femina Simpang Kampus. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1)... Pembimbing (2)...

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Femina Simpang Kampus. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan angka dalam penyajian data dan analisis yang menggunakan uji statistik. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan hipotesis tertentu. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa Kuesioner. Analisa data dilakukan yaitu dengan analisis model regresi berganda . Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Promosi dan Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Keputusan Pembelian, Konsumen