

ABSTRAKSI

DIMAS NOVALDI SARAPUNG, 1916120143

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI CITRA RAYA CIKUPA KABUPATEN TANGERANG

Skripsi . Progran Studi Manajemen. 2023

Kata kunci : Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

(xiv + 135 + lampiran)

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat pada masyarakat Citra Raya Cikupa, Kabupaten Tangerang. Maksud penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui tingkat Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda Beat pada masyarakat Citra Raya Cikupa, Kabupaten Tangerang. Sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah 100 responden, dari seluruh populasi yang tak terhingga, pada penelitian ini analisis data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 26. Pengujian data yang dilakukan oleh peneliti antara lain dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis korelasi parsial, yang selanjutnya dihitung menggunakan metode koefisien determinasi, uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F). Berdasarkan hasil analisis korelasi parsial yang selanjutnya dihitung manual dengan menggunakan metode koefisien determinasi dapat diketahui nilai pengaruh dari variabel promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 57,8% dan variabel harga terhadap keputusan pembelian sebesar 56,5%. Adapun pernyataan berdasarkan nilai R^2 (R Square) = 0,853 yang memiliki pengertian bahwa sumbangan dari promosi (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 72,8% sedangkan sisanya sebesar 27,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Hasil Uji t pada penelitian ini untuk pengujian promosi terhadap keputusan pembelian didapatkan hasil T_{hitung} sebesar 7,7631 dengan nilai sig (p) 0.000, dan untuk pengujian harga terhadap keputusan pembelian didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 5,870 dengan nilai sig (p) 0.000, kedua hipotesis pada penelitian ini diterima karena Nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} sebesar 1, 984. Untuk pengujian Simultan (Uji F) didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 120,743 lebih besar dari F_{tabel} yakni 3,089 maka pengaruh pada pengujian ini signifikan.

ABSTRACTION

DIMAS NOVALDI SARAPUNG, 1916120143

THE INFLUENCE OF PRICE AND PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF HONDA BEAT MOTORCYCLE IN CITRA RAYA CIKUPA, TANGERANG

Thesis . Management Study Program. 2023

Keywords: Promotion, Price, Purchase Decision

(xiv + 135 + attachments)

This study discusses the effect of promotion and price on purchasing decisions for Honda Beat motorcycles in the Citra Raya Cikupa community, Tangerang. The purpose of this study was to analyze and determine the level of influence of promotion and price on purchasing decisions for Honda Beat motorbikes in the Citra Raya Cikupa community, Tangerang. The sample used by the author in this study was 100 respondents, from an infinite entire population. In this study, data analysis was carried out using SPSS version 26. Data testing was carried out by researchers, among others, by conducting validity tests, reliability tests, normality tests, analysis partial correlation, which is then calculated using the coefficient of determination method, multiple linear regression test, hypothesis testing (t test and F test). Based on the results of partial correlation analysis which is then calculated manually using the coefficient of determination method, it can be seen that the effect value of the promotion variable on purchasing decisions is 57.8% and the price variable on purchasing decisions is 56.5%. The statement is based on the value of R^2 (R Square) = 0.853 which means that the contribution from promotion (X_1) and price (X_2) to purchasing decisions (Y) is 72.8% while the remaining 27.2% is influenced by other factors that not researched by the author. The results of the T test in this study for testing promotions on purchasing decisions obtained t count results of 7.7631 with a sig (p) value of 0.000, and for price testing on purchasing decisions obtained a t count value of 5.870 with a sig (p) value of 0.000, both hypotheses on This study was accepted because the t count > t table was 1.984. For the Simultaneous test (F Test) the F count value was 120.743 greater than the F table which was 3.089, so the effect on this test was significant.