

ABSTRAK

SALMA ASSYIFA KUSUMA WARDANI, 1916120036

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE VIVO PADA MASYARAKAT KECAMATAN CIKUPA KABUPATEN TANGERANG

Skripsi Program Studi Manajemen 2023

Kata kunci : Promosi, Harga dan Minat Beli Konsumen

(xiii + 108 + lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui apakah Promosi dan Harga berpengaruh terhadap Minat Beli *Smartphone* Vivo Pada Masyarakat Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. Sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah 100 responden dan sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS Versi 23. Sedangkan teknik pengujian data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis korelasi parsial, koefisien determinasi, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis (Uji t dan Uji F). Dari hasil uji t (parsial) untuk variabel Promosi (X1) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} = 11,416 > 1,984$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan nilai pengaruh variabel Promosi (X1) dengan Minat Beli Konsumen (Y) sebesar 75,6%. Artinya terdapat pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Konsumen *Smartphone* Vivo secara parsial pada Masyarakat Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. Hasil uji t (parsial) untuk variabel Harga (X2) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} = 15,495 > 1,984$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan nilai pengaruh variabel Harga (X2) dengan Minat Beli Konsumen (Y) sebesar 84,3%. Artinya terdapat pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen *Smartphone* Vivo secara parsial pada Masyarakat Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. Hasil uji F (simultan) pada variabel Promosi (X1) dan Harga (X2) terhadap Minat Beli Konsumen (Y) adalah $F_{hitung} > F_{tabel} = 146,158 > 3,090$. Dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Promosi (X1) dan Harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Minat Beli Konsumen (Y) *Smartphone* Vivo pada Masyarakat Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang. Dengan nilai yang terlihat pada nilai *Adjust Square* sebesar 0,746 atau 74,6% sedangkan sisanya 25,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk.

Daftar Pustaka (2010-2018)

ABSTRACT

SALMA ASSYIFA KUSUMA WARDANI, 1916120036

INFLUENCE OF PROMOTION AND PRICE ON BUYING INTEREST VIVO SMARTPHONES IN THE PEOPLE OF CIKUPA DISTRICT TANGERANG REGENCY

Thesis Management study program 2023

Keywords : Promotion, Price and Consumer Buying Interest

(xiii + 108 + attachment)

This study purpose to analyze and find out influence of Promotion and Price on Buying Interest Vivo Smartphones in the people of Cikupa District Tangerang Regency. The sample used by the author in this study was 100 respondents and the sample was taken using a purposive sampling technique. In this study, data analysis was carried out using SPSS Version 23. While the data testing techniques carried out in this study were validity test, reliability test, normality test, partial correlation analysis, coefficient of determination, multiple regression analysis, and hypothesis testing (t test and F test) and unit results (partial) for variable Promotion (X1) on Buying Interest Consumer (Y) obtained $t_{count} > t_{table} = 11,416 > 1,984$ then H_0 is rejected and H_a is accepted, with the influence value of the Promotion variable (X1) with Buying Interest Consumer (Y) of 75,6%. This means that there is a partial effect of Promotion on Vivo Smartphones Buying Interest Consumer in the people of Cikupa District Tangerang Regency. The results of the t (partial) test for the Price variable (X2) on Buying Interest Consumer (Y) obtained $t_{count} > t_{table} = 15,495 > 1,984$ then H_0 is rejected and H_a is accepted, with the influence value of the Price variable (X2) with Buying Interest Consumer (Y) of 84,3%. This means that there is a partial effect of Promotion on Vivo Smartphones Buying Interest Consumer in the people of Cikupa District Tangerang Regency. The results of the F test (simultaneous) on Promotion (X1) and Price (X2) variables on Buying Interest Consumer (Y) are $F_{count} > F_{table} = 146,158 > 3,090$. It can be started that H_0 is rejected and H_a is accepted, so it can be concluded that the Promotion (X1) and Price (X2) variables simultaneously affect the Buying Interest Consumer (Y) Vivo Smartphones variable in the people of Cikupa District Tangerang Regency. With the value seen in the Adjust Square value of 0,746 or 74,6% while the remaining 25,4% is influenced by other variables that are not included.

Bibliography (2010-2018)