

## ABSTRAK

**SUCI RAMADHANI MURSIN. 2026. *Pengaruh Promosi Penjualan dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Distro Abec Kabupaten Barru*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Ismail Rasulong Dan Aulia.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan potongan harga terhadap keputusan pembelian di Distro Abec Kabupaten Barru. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pelanggan di Distro Abec Kabupaten Barru. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t-hitung sebesar 3,677 dan signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ), Namun Potongan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t-hitung sebesar 0,824 dan signifikansi 0,413 ( $>0,05$ ). Secara simultan, promosi penjualan dan potongan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Distro Abec Kabupaten Barru dimana nilai t-hitung sebesar 12,432 dan signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ). Temuan ini menegaskan bahwa strategi promosi penjualan yang tepat dan pemberian potongan harga yang berkelanjutan dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian pelanggan di Distro Abec.

**Kata Kunci:** Promosi Penjualan, Potongan Harga, Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

**SUCI RAMADHANI MURSIN. 2026. *The Influence of Sales Promotion and Price Discounts on Consumer Purchase Decisions at Distro Abec, Barru Regency. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervisors: Ismail Rasulong And Aulia.***

*This study aims to determine the effect of sales promotions and price discounts on purchasing decisions at Distro Abec in Barru Regency. This study uses a quantitative method with an associative approach. Data were obtained by distributing questionnaires to respondents who were customers at Distro Abec in Barru Regency. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 27 software. The results show that sales promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions, with a t-value of 3.677 and a significance of 0.000 ( $<0.05$ ). However, discounts do not have a significant effect on purchasing decisions, with a t-value of 0.824 and a significance of 0.413 ( $>0.05$ ). Simultaneously, sales promotions and price discounts have a positive and significant effect on purchasing decisions at Distro Abec in Barru Regency, with a t-value of 12.432 and a significance level of 0.000 ( $<0.05$ ). These findings confirm that the right sales promotion strategy and continuous price discounts can encourage an increase in customer purchasing decisions at Distro Abec.*

**Keywords:** Sales Promotion, Price Discounts, Purchase Decisions.