

## ABSTRAK

**MUHAMMAD ARSIL ARAFAH S. 2026. Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Grosir Satriani Bountique di Kabupaten Gowa. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh : Asriati dan Sri Andayaningsih**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Promosi (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Grosir Satriani Boutique, Kabupaten Gowa. Menggunakan metode kuantitatif, data dikumpulkan dari 198 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan instrumen kuesioner skala Likert. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji t, dan uji F melalui perangkat lunak SPSS 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, baik Promosi maupun Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga memiliki pengaruh signifikan dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,772. Hal ini mengindikasikan bahwa sebesar 77,2% variasi Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh faktor Promosi dan Harga, sedangkan 22,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hasil ini menegaskan bahwa kombinasi strategi promosi yang efektif dan penetapan harga yang tepat menjadi kunci utama dalam mendorong keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Keputusan Pembelian