

ABSTRAK

Sutrayani, Tahun 2018. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Kumala Celebes Motor Mazda Makassar. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I **Hj. Lily Ibrahim** dan Pembimbing II **Sri Andayaningsih**.

Penelitian ini bertujuan untuk menilai seberapa besar pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Kumala Celebes Motor Mazda Makassar. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian explanatory kuantitatif. Data yang diolah adalah hasil dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT. Kumala Celebes Motor Mazda Makassar.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Untuk menjelaskan deskripsi penelitian yang berkaitan dengan hipotesis dengan menggunakan analisis : Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji t (Parsial). Berdasarkan hasil analisis data untuk uji signifikansi uji t menunjukkan bahwa variabel Promosi (X_1) dan Harga (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Kumala Celebes Motor Mazda Makassar.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRACT

Sutrayani, 2018. The Influence of Promotions and Prices on Consumer Purchase Decisions at PT. Kumala Celebes Motor Mazda Makassar. Thesis of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Advisor I **Hj. Lily Ibrahim** and Advisor II **Sri Andayaningsih**.

This study aims to assess how much influence the Promotion and Price on Consumer Purchase Decisions at PT. Kumala Celebes Motor Mazda Makassar. The type of research used is quantitative explanatory research. The processed data is the result of distributing questionnaires to customers of PT. Kumala Celebes Motor Mazda Makassar.

The data analysis technique used in this study is multiple linear regression. To explain the research description related to the hypothesis using the analysis: Validity Test, Reliability Test, T Test (Partial). Based on the results of data analysis for the significance test t test shows that the Promotion variable (X1) and Price (X2) partially have a positive and significant effect on Consumer Purchase Decisions at PT. Kumala Celebes Motor Mazda Makassar.

Keywords: Promotion, Price, Consumer Purchase Decision