

ABSTRAK

CERLI KARTIKA DEWI, 71180312041, Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware (Studi Kasus Desa Sungai Buaya, Kecamatan Silinda), Skripsi Fakultas Ekonomi, UISU, Medan, 2021

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Desa Sungai Buaya, Kecamatan Silinda. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Tupperware di Desa Sungai Buaya. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 92 orang yang pernah membeli produk Tupperware. Metode pengambilan data melalui penyebaran angket dan interview. Analisis data dari penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan regresi linear berganda, pengujian secara simultan (Uji F) dan pengujian secara parsial (Uji t). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Desa Sungai Buaya. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan nilai F hitung $19,149 > F$ tabel $3,10$ dan tingkat signifikan untuk uji F sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan berdasarkan hasil uji t menunjukkan nilai t hitung $4,175 > t$ tabel $1,986$. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat disimpulkan secara simultan dan parsial bahwa harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Tupperware di Desa Sungai Buaya. Uji ini menjelaskan tentang tingkat kerataan hubungan suatu variabel *indevenden* dengan variabel *dependent* dalam suatu korelasi ganda setelah mengendalikan variabel *independent* lainnya.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

CERLI KARTIKA DEWI, 71180312041, The Influence of Price and Promotion on Tupperware Product Purchase Decisions (Case Study of Sungai Buaya Village, Silinda District), Thesis Faculty of Economics, UISU, Medan, 2021

This study aims to analyze the effect of price and promotion on purchasing decisions for Tupperware products in Sungai Buaya Village, Silinda District. The population in this study were consumers of Tupperware products in Sungai Buaya Village. The number of samples in this study were 92 people who had bought Tupperware products. The method of data collection is through the distribution of questionnaires and interviews. Data analysis from this study used quantitative analysis with multiple linear regression, simultaneous testing (F test) and partial testing (t test). This study was conducted to determine the effect of price and promotion on purchasing decisions for Tupperware products in Sungai Buaya Village. Based on the results of the F test, the calculated F value is $19.149 > F$ table 3.10 and the significant level for the F test is $0.000 < 0.05$. Meanwhile, based on the results of the t-test, the t-count value is $4.175 > t$ -table 1.986. This shows that the price has a positive and significant effect on purchasing decisions with a significant level of $0.000 < 0.05$. Based on the overall results of the study, it can be concluded simultaneously and partially that price and promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions for Tupperware products in Sungai Buaya Village. This test explains the level of averageness of the relationship between an independent variable and the dependent variable in a multiple correlation after controlling for other independent variables.

Keywords: Price, Promotion, Purchase Decision