

ABSTRAK

Reunion House Grill & Bar merupakan tempat makan yang menyajikan Steak sebagai menu utamanya. Reunion House Grill & Bar didirikan oleh Lie Siauw Kie dan Nany Somya pada tahun 2015. Seiring berjalannya waktu, Reunion House Grill & Bar mengalami kenaikan dan penurunan penjualan yang cukup signifikan pada bulan January sampai bulan April tahun 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan pembelian di Reunion House Grill & Bar. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Reunion House Grill & Bar dengan jumlah sampel 100 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, serta lolos dari uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Untuk mengetahui besarnya kontribusi dari pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan pembelian secara simultan menggunakan analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi dan koefisien determinasi. Pengujian hipotesis secara parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Kata Kunci : Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Reunion House Grill & Bar is a dining place that serves Steak as its main menu. Reunion House Grill & Bar was founded by Lie Siau-w Kie and Nany Somya in 2015. Over time, Reunion House Grill & Bar experienced a significant increase and decrease in sales in January to April 2019. This study aims to determine the effect of the product and promotion of purchasing decisions at Reunion House Grill & Bar. This research was conducted on consumers Reunion House Grill & Bar with a sample of 100 people. The research method used is descriptive and verification. This study met the validity and reliability requirements, and passed the classical assumption test, including normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. To find out the magnitude of the contribution of product influence and promotion to purchasing decisions simultaneously using multiple linear regression analysis, correlation coefficient and determination coefficient analysis. Partial hypothesis testing or t test is used to determine the effect of each independent variable on the dependent variable.

Keywords : Product, Promotion, Purchase Decision