

RINGKASAN

Skripsi ini disusun oleh Fathan Hunafa Algifari, NPM 0215103107, dari jurusan Manajemen S1 Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama Bandung di bawah bimbingan Bapak Adam Faritzal, S.E.,M.M. Judul skripsi ini adalah “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada D’Besto Cikutra”. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana kebijakan harga dan promosi mempengaruhi proses keputusan pembelian di outlet D’Besto cabang Cikutra. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu metode deskriptif dan verifikatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Sementara itu, pengumpulan data dilakukan oleh peneliti yaitu dengan cara wawancara, kuesioner, dan observasi langsung untuk mendapatkan data primer. Analisis Regresi Linier Berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data secara statistik. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga dan Promosi bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

SUMMARY

This paper was prepared by Fathan Hunafa Algifari, NPM 0215103107, from the Management Department of the Faculty of Business and Management of the Widyatama University in Bandung under the guidance of Mr. Adam Faritzal, S.E., M.M. The title of this thesis is "The Effect of Prices and Promotions on Purchasing Decisions on D'Besto Cikutra". This study is intended to determine the extent to which pricing and promotional policies influence the buying decision process at the D'Besto Cikutra branch outlet. The research method used by researchers is descriptive and verification methods. The sample in this study were 100 respondents.

Meanwhile, data collection was carried out by researchers, namely by means of interviews, questionnaires, and direct observation to obtain primary data. Multiple Linear Regression Analysis is used in this study to analyze data statistically. Based on the results of the study indicate that the variable Price and Promotion together have an influence on the variable Purchase Decision.

Keywords: *Price, Promotion, Purchase Decision*