

ABSTRACT

Dilla Ayu Aprilia, The Influence of Price and Marketing Communication on Purchasing Decisions of Basoaci Taubatfood Bojonegoro, Under the guidance of Nirma Kurriwati, S.P., M.Si.

Based on the existing phenomena and problems, this study aims to determine the effect of price and marketing communications on the decision of basoaci taubatfood Bojonegoro. The method used in this research is quantitative. The subjects in this study were consumers of Basoaci Taubatfood Bojonegoro with a sample of 97 respondents, then the data collection tool in this study was a questionnaire.

The results of this study indicate that there is an influence between price and marketing communications on purchasing decisions at Basoaci Taubatfood Bojonegoro, partially or simultaneously. The result of the coefficient of determination is 0.282, which means that 28.2% of the purchasing decision of basoaci taubatfood bojonegoro is influenced by the variable price (X1) and marketing communications (X2). While the other 71.8% is influenced by other variables not examined in this study

Keyword : Price, Marketing Communication, Purchasing decision

ABSTRAK

Dilla Ayu Aprilia, Pengaruh Harga dan Komunikasi pemasaran terhadap Keputusan pembelian Basoaci Taubatfood Bojonegoro, Dibawah bimbingan Nirma Kurriwati, S.P., M.Si.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang ada, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan komunikasi pemasaran terhadap keputusan basoaci taubatfood bojonegoro. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Adapun subjek dalam penelitian ini merupakan konsumen Basoaci Taubatfood Bojonegoro dengan sampel sebanyak 97 responden, kemudian alat pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara harga, dan komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian di basoaci taubatfood bojonegoro, secara parsial maupun simultan. Adapun hasil koefisien determinasi yakni sebesar 0,282, yang bermakna 28,2% keputusan pembelian basoaci taubatfood bojonegoro dipengaruhi oleh adanya variabel harga (X1) dan komunikasi pemasaran (X2). Sedangkan 71,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata Kunci : Harga, Komunikasi pemasaran, Keputusan pembelian