

ABSTRAK

Roihan, Pengaruh Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Internet Kartu Smartfren Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Di bawah bimbingan Drs. Mohamad Tambrin, MM. Program studi manajemen. universitas trunojoyo Madura. Juli 2020.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian internet kartu Smartfren, Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura yang menggunakan internet kartu Smartfren. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 98 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Harga dan Promosi Penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara signifikan dengan uji t. Secara simultan Harga dan Promosi Penjualan berpengaruh terhadap keputusan Pembelian secara signifikan dengan uji F.

Kata Kunci : Harga, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Roihan, "The Effect of Price and Sales Promotion on Internet Purchasing Decisions Smartfren Card Study in the Faculty of Economics and Business, University of Trunojoyo Madura" Under the guidance of Drs. Mohamad Tambrin, MM. Management study program. University of Trunojoyo Madura. July 2020.

The purpose of this study was to determine the effect of price and sales promotion on internet purchasing decisions of Smartfren cards. This type of research is descriptive with a quantitative approach. The population in this study were active students of the Faculty of Economics and Business, University of Trunojoyo Madura who used the internet Smartfren card. The sampling technique using purposive sampling, and obtained a total sample of 98 people. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple linear regression.

The results of this study indicate that partially Price and Sales Promotion significantly influence purchasing decisions with the t test. Simultaneously, Price and Sales Promotion significantly influence the Purchasing decision with the F test.

Keywords : *Price, Sales Promotion, Purchase Decision.*