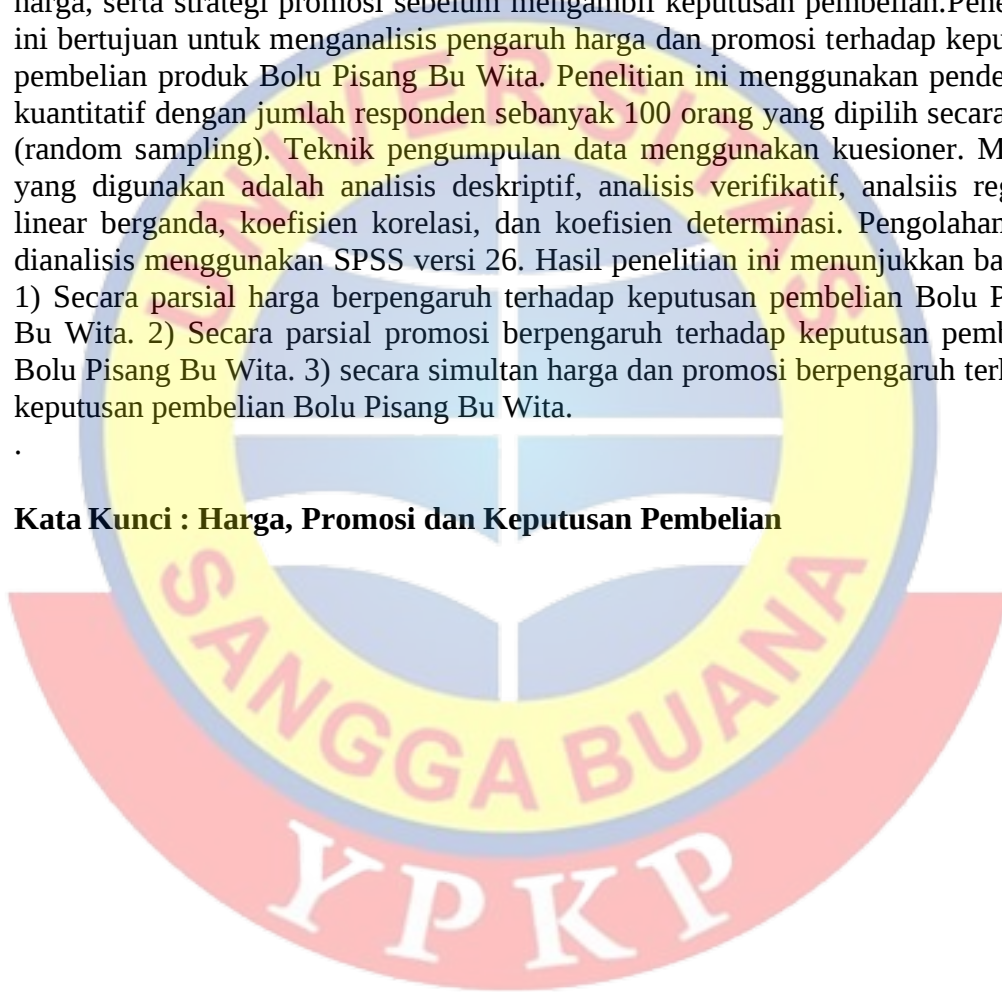


ABSTRAK

Penjualan Bolu Pisang Bu Wita menunjukkan tren yang tidak stabil selama periode Januari hingga Desember, dengan beberapa bulan mengalami penurunan cukup drastis. Fluktuasi ini terjadi akibat persaingan pasar yang semakin ketat serta perubahan perilaku konsumen yang kini lebih selektif dan cermat dalam memilih produk. Konsumen modern cenderung mempertimbangkan kualitas, harga, serta strategi promosi sebelum mengambil keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Bolu Pisang Bu Wita. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang dipilih secara acak (random sampling). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis verifikatif, analisis regresi linear berganda, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi. Pengolahan data dianalisis menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :

- 1) Secara parsial harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Bolu Pisang Bu Wita.
- 2) Secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Bolu Pisang Bu Wita.
- 3) secara simultan harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Bolu Pisang Bu Wita.

Kata Kunci : Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The sales of Bolu Pisang Bu Wita have shown an unstable trend throughout the period from January to December, with several months experiencing significant declines. This fluctuation is presumed to be caused by increasing market competition and shifting consumer behavior, where modern consumers tend to be more selective and critical in choosing products. They often consider quality, price, and promotional strategies before making a purchase decision. This study aims to analyze the influence of price and promotion on consumers' purchasing decisions for Bolu Pisang Bu Wita. The research employed a quantitative approach involving 100 randomly selected respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS version 26. The analysis methods included descriptive analysis, verification analysis, multiple linear regression, correlation coefficients, and the coefficient of determination. The results indicate that: (1) partially, price has a significant influence on the purchasing decisions of Bolu Pisang Bu Wita; (2) partially, promotion also significantly affects purchasing decisions; and (3) simultaneously, price and promotion significantly influence consumers' purchasing decisions of Bolu Pisang Bu Wita.

Keywords: Price, Promotion, and Purchase Decision

