

## ABSTRAK

Uly Sholeha. NPM 4343340217378. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Griya Margahayu Raya. Pembimbing Anton Tirta Komara, S.E, M.M.

Penelitian ini dilaksanakan di Toserba Griya Margahayu Raya dengan tujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Toserba Griya Margahayu Raya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Sampel yang digunakan adalah responden yang pernah membeli produk Toserba Griya Margahayu Raya sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan sampel.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil valid pada setiap item pernyataan dengan nilai 0,3 dan reliabel dengan menunjukkan nilai di atas 0,7. Untuk Harga (X1) sebesar 0,914, Promosi (X2) sebesar 0,926, dan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,880. Dari nilai (R Square) diketahui bahwa pengaruh Harga (X1) dan Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,836 atau 83,6%. Harga (X1), Promosi (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) berada dalam kategori cukup baik. Nilai pengaruh langsung Harga (X1) sebesar 0,245 atau 24,5%. Nilai pengaruh langsung Promosi (X2) sebesar 0,226 atau 22,6% Jadi dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi Harga dan Promosi sebesar 83,6% sedangkan sisanya sebesar 16,4% disebabkan oleh variabel lain atau faktor lain yang tidak diteliti. Dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa Harga dan Promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Griya Margahayu Raya.

**Kata Kunci:** Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian