**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UD. BAREP JATI BLORA**

# SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi syarat-syarat guna menyelesaikan program**

**Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Adminstrasi Bisnis**



**Oleh :**

**APRILIA SUNTI RUSITA DEWI**

**171003632110220**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

**2023**

# ABSTRAK

Penelitian ini disusun bertjuan : 1) Untuk mengetahui pengaruh antara promosi, harga, dan keputusan pembelian di UD. Barep Jati Blora. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1) Apakah ada pengaruh antara promosi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) di Ud Barep Jati Blora ? 2) Apakah ada pengaruh antara harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) di UD Barep Jati Blora? 3) Apakah ada pengaruh antara promosi (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) di UD Barep Jati Blora ?. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian penjelasan (Explanatory Research) yaitu menyoroti hubungan antara variable-variabel penelitian dan menguji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya. Alasan penggunaan tipe penelitian ini karena dalam penelitian ini akan menyoroti hubungan atara Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di UD. Barep Jati Blora. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di UD. Barep Jati Blora, maka dapat kami paparkan kesimpulan hasil penelitian ini sebagai berikut: 1) Ada Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di UD. Barep Jati Blora, hal ini ditunjukkan dengan nilai perhitungan z hitung 2,3 ≥ 0,9505 z tabel. 2) Ada Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di UD. Barep Jati Blora hal ini terbukti dengan nilai perhitungan z hitung 1,8 ≥ 0,9999 z tabel.3) Ada Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di UD. Barep Jati Blora hal ini terbukti dengan nilai perhitungan (chi square) hitung 98,57 ≥ 42,56(chi square) tabel.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Keputusan Pembelian