

**PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK SCARLETT WHITENING
(Studi Kasus Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarbaru)**

Desy Fitriani¹, Syahrani², Aida Vitria³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 19311169

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1125097401

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1123126801
E-mail : dsyfftriaa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi UNISKA MAB Banjarbaru. (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi UNISKA MAB Banjarbaru. (3) pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada Produk Scarlett Whitening pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi UNISKA MAB Banjarbaru. Rancangan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian seluruh Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi UNISKA MAB Banjarbaru dan sampel sebesar 90 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan : (1) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian, melalui uji t koefisien variabel Promosi sebesar 4,306 dan signifikan pada 0,000, (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian, melalui uji t nilai koefisien variabel Harga sebesar 5,606 dan signifikan pada 0,000, (3) Promosi dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, melalui uji F dengan nilai sebesar 74,145 dengan probabilitas signifikan 0,000.

Kata kunci : Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

Keywords: Promotion, Price, Purchase Decision

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016). Pengaruh promosi, harga, dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor mio gt (study empiris pada produk yamaha mio gt di weleri-kendal). *Journal Of Management*, 2(2).
- Arna, W. B., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. *Jurnal Statistika dan Matematika*, 1(1).
- Batubara, M., Silalahi, P. R., Sani, S. A., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk

- Scarlett Whitening: Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Syariah, 4(5), 1327-1342.
- Dr. Sandu, S, SKM., M.Kes & M.Ali, S, M.A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian
- Indrawan, B., & Dewi, R. K. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017. Jurnal E-Bis, 4(1), 78-87.
- Kotler, P., dan Kaller, K. L. (2016). Marketing Manajemen. Edisi ke 15. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi ke 12. Erlangga, Jakarta
- Laksana, F. 2019. Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Edisi 1. Khalifah Mediatama. Depok.
- Made, M. G., Rodhiyah, R., & Widiartanto, W. (2015). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian surat kabar harian suara merdeka. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 4(2), 462-473.
- Prof, Dr. Wibowo, S.E., M.Phil . (2019). Manajemen Dari Fungsi Dasar Ke Enovasian. Depok: Rajawali.
- Situmorang, T. E., & Purba, D. (2020). Perancangan Aplikasi Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian. KAKIFIKOM: Kumpulan Artikel Karya Ilmiah Fakultas Ilmu Komputer, 1(2), 54-58.
- Sukama. (2015). Dasar-Dasar Manajemen. Bandung:CV. Mandar Maju.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh bauran promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline di kota Padang.
- Sutrayani, S., & Anggraini, D. (2021). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis, 1(4), 565-573.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.