

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. BANUA ANAM BARABAI

ABSTRAK

Norlisa Irliani¹, Lamsah², Ervica Zamilah³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 19311290

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1125126201

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1130077601

*e-mail: nrlisairlni027@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada CV. Banua Anam Barabai, (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada CV. Banua Anam Barabai. Penelitian ini merupakan eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada CV. Banua Anam Barabai. Jumlah sampel sebanyak 60 orang dan teknik penarikan sampel sebanyak 48 orang dan Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan Regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Banua Anam Barabai, sebesar 0,400, 2) Harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Banua Anam Barabai, sebesar 0,587.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Keputusan Pembelian

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta

Arikunto, S. (2019). *Metode penelitian: Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.

Astute, & Cahyadi, I. G. (2014). *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. Universitas Airlangga.

Ghazali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.

Gitosudarmo, I. (2018). *Manajemen Pemasaran*. BPFE

- Haryanto, E. (2013). Kualitas Layanan Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Kantor SAMSAT Manado. *Jurnal: EMBA*. 1(3). 750-760.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Principles of Marketing*. Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2010). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P. T., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Kuncoro, M. (2010). *Masalah Kebijakan dan Politik*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Laksana, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*. 2(2). 477-490.
- Napitupulu, Mulya H., & Supriyono. (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembeli pada E-Coomerce Lazada di Surabaya. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*. 5(2).789-800.
- Pasaribu, R. F. A., & Sianipar, I. L. (2019) Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy PT. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*. 5(1). 45-52.
- Peter, J. P. & Jerry, C. O. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Selemba Empat.
- Priyanto, D. (2018). *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS*. Andi.
- Putripeni, M. P., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembeli (Studi pada Konsumen The Body Shop Mall Olympic Garden (Vol. 10). *Jurnal Adminstrasi Bisnis*.
- Rangkuti, F. (2017). *Riset Pemasaran*. Gramedia Pusaka Utama.
- Sari, Wahyono. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Indihome di Perumahan Permata Jingga Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*. 8(2). 217-22.

Setiadi, E. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Syrup Monin pada PT. Khrisma Sukses Gemilang [Skripsi]. *Universitas Buddhi Dharma*.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif R&D*. Alfabeta.