

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai latarbelakang untuk mencapai tujuan penulis yaitu mempelajari lalu memaparkan pengaruh promosi, harga dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian minyak gemuk. Saat ini, hasil yang diperoleh dalam mengupayakan Promosi dan harga pada perusahaan belum cukup maksimal. Oleh sebab itu dilakukanlah penelitian dengan menggunakan pengukuran dengan menggunakan metode-metode ilmiah. Menetapkan sampel menggunakan rumus slovin maka diperoleh 75 pelanggan PT. Cipta Sarana Jaya Abadi. Populasi untuk mengukur uji instrument penelitian (uji reliabilitas dan validitas), uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji normalitas dan uji heterokedastisitas) maupun kuisioner menggunakan uji hipotesis dengan memakai pengolah data SPSS.

Penelitian ini diduga memperlihatkan pengaruh promosi, harga dan loyalitas pelanggan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga didapat kesimpulan bahwa pembelian akan meningkat jika perusahaan memberikan promosi dan harga terbaik bagi pelanggan maupun calon pelanggan serta memberikan pelayanan yang memuaskan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap pembelian ulang atau terus menerus.

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

ABSTRACT

This research has a background to achieve the author's goal, namely to study and then explain the effect of promotion, price and customer loyalty on purchasing decisions of fat. Currently, the results obtained in seeking promotions and prices at the company are not maximal enough. Therefore, research is carried out using measurements using scientific methods. Determining the sample using the slovin formula then obtained 75 customers of PT. Cipta Sarana Jaya Abadi. The population to measure the research instrument test (reliability and validity test), classical assumption test (multicollinearity test, normality test and heteroscedasticity test) and questionnaires using hypothesis testing using SPSS data processing.

This study allegedly shows the effect of promotion, price and customer loyalty that is positive and significant on purchasing decisions. So it can be concluded that purchases will increase if the company provides promotions and the best prices for customers and prospective customers and provides satisfactory service to increase customer loyalty to repeat or continuous purchases.

Keywords : *Promotion, Price, Customer Loyalty and Purchase Decision*