

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL  
MODERATOR DI PT. WIRALAND PROPERTY**

**ABSTRAK/ *ABSTRACT***

**WINDA**

**193311012010**

Di era globalisasi ini, perusahaan berusaha untuk tetap bisa bersaing dengan para kompetitor dan tetap bisa bertahan termasuk perusahaan properti seperti PT. Wiraland Property. Tujuan Penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian; 2) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian; 3) Untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen mampu memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian; 4) Untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen mampu memoderasi pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Kualitas Instrumen (Uji Validitas dan Uji Realibilitas); Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas); Uji Hipotesis (Analisis Regresi Linear Berganda; Uji t, Uji F, Uji Koefisien Determinasi, Uji Moderasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di PT. Wiraland Property; 2) Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di PT. Wiraland Property; 3) Kepuasan konsumen tidak mampu memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di PT. Wiraland Property; 4) Kepuasan konsumen tidak mampu memoderasi pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di PT. Wiraland Property. Saran dari penelitian ini : 1) perusahaan lebih memperhatikan kualitas produk dari bahan bangunan yang digunakan dan meningkatkan akses ke lokasi perumahan; 2) Meningkatkan pengadaan promosi misalnya pemberian souvenir bagi konsumen yang belum memutuskan membeli.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Harga, Promosi, Kepuasan Konsumen