

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, PROMOSI PENJUALAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT STAR MULTI EXCHANGE MEDAN

Silvia Tanjaya

Novelia

Dennis Gatot

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia

Tujuan Penelitian adalah untuk Harga, Promosi Penjualan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Star Multi Exchange Medan Pendekatan penelitian ini berdasarkan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 167 konsumen PT Star Multi Exchange Medan dan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 118 konsumen. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling random sampling, Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,527 > 1,981$ dan signifikan $0,013 < 0,05$, berarti Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Star Multi Exchange Medan. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,539 > 1,981$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, berarti Promosi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Star Multi Exchange Medan. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,591 > 1,981$ dan signifikan $0,011 < 0,05$, berarti Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT Star Multi Exchange Medan. Hasil perhitungan hipotesis secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} (15,103) > F_{tabel} (2,68)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti bahwa Harga, Promosi Penjualan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Star Multi Exchange Medan

Kata kunci: Harga, Promosi Penjualan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian