ABSTRAK

PENGARUH HARGA, PROMOSI PENJUALAN DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUSAHAAN DISTRIBUTOR SPAREPART PT. WSTANDARD INDONESIA

Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Yosserlyn

Email : yosserlynnc@yahoo.co.id

Vio Adelia

Email : Vioadelia4@gmail.com

Sheila

Email :Shellazhang@yahoo.com

Rosinta Romauli Situmeang, S.Pd., M.Si.

Email : Rosintaromaulisitumeang@yahoo.co.id

**Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, promosi penjualan dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian pada perusahaan distributor sparepart PT. Wstandard Indonesia. Adapun riset ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dan eplanatory. Banyaknya jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 158 pelanggan dan banyaknya sampel yang dihitung dengan rumus Slovin adalah 113 pelanggan. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh hasil secara parsial harga berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan promosi penjualan dan *personal seliling* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan harga, promosi penjualan dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian pada perusahaan distributor sparepart PT. Wstandard Indonesia. Besarnya pengaruh variasi keputusan pembelian yang dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi adalah sebesar 40,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya sebesar 59,3%.

Kata Kunci : Harga, Promosi Penjualan, Personal Selling dan Keputusan Pembelian.