

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA PT. CAPELLA DINAMIK NUSANTARA

Justin Alexander, Lola Rossa, Gabrio Agata

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia

PT. Capella Dinamik Nusantara adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang otomotif, khususnya dalam distribusi dan penjualan sepeda motor serta suku cadangnya. Sebagai salah satu dealer resmi, perusahaan ini bekerja sama dengan berbagai merek terkenal untuk menyediakan produk-produk berkualitas kepada konsumen. Tujuan dari penulisan jurnal ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari promosi, harga, dan inovasi terhadap keputusan pembelian pada PT. Capella Dinamik Nusantara. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen dari PT. Capella Dinamik Nusantara. Sampel dari penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan konsumen dari PT. Capella Dinamik Nusantara. Teknik pengumpulan data ini dengan penyebaran kuosiner melalui google form. Hasil pengujain dari olah data menggunakan perangkat lunak statistik SEM-PLS menyatakan variabel promosi, harga dan inovasi produk berpnagruh secara parsial dan simultan dengan nilai Uji F >0,062 dan Uji T dengan nilai T-statistic >1,96 dan Nilai P-value<0,05

Kata Kunci : Promosi, Harga, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PROMOTION, PRICE, AND PRODUCT INNOVATION ON PURCHASE DECISIONS AT PT. CAPELLA DINAMIK NUSANTARA

Justin Alexander, Lola Rossa, Gabrio Agata

Management Study Program, Universitas Prima Indonesia

PT. Capella Dinamik Nusantara is a company operating in the automotive sector, particularly in the distribution and sale of motorcycles and their spare parts. As an official dealer, this company collaborates with various well-known brands to provide quality products to consumers. The purpose of this journal is to analyze the influence of promotion, price, and product innovation on purchase decisions at PT. Capella Dinamik Nusantara. The population of this study consists of the consumers of PT. Capella Dinamik Nusantara. The sample for this research includes 100 consumers from PT. Capella Dinamik Nusantara. Data collection was conducted through a questionnaire distributed via Google Forms. The results of data analysis using SEM-PLS statistical software indicate that the variables of promotion, price, and product innovation have a partial and simultaneous influence, with F-test values >0.062 , T-test values with a T-statistic >1.96 , and P-value <0.05 .

Keywords: Promotion, Price, Product Innovation, Purchase Decision