

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, PROMOSI PENJUALAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KUWEI GUNTING INDONESIA

Valecia Christin

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan dan menganalisis pengaruh harga, promosi penjualan, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pelanggan di toko gunting Kuwei di Indonesia. Metode kuantitatif adalah inti dari pendekatan penelitian ini. Metode *purposive sampling* digunakan untuk mengumpulkan sampel penelitian, yang terdiri dari 97 responden. Metode pengumpulan data yang didistribusikan melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Kuwei Gunting Indonesia, promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Kuwei Gunting Indonesia, dan kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Kuwei Gunting Indonesia secara bersamaan.

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