

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CAT SEMPROT SAMURAI PADA PT. WSTANDARD MEGA ABADI

**Sonia Thresia Pardede (163304020321)¹; Kenny Mok Sa (163304020412)²; Rosinta
Romauli Situmeang.³**

Fakultas Ekonomi, Universitas Prima Indonesia, Medan.
Email: rosintaromaulisitumeang@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan menguji pengaruh harga, promosi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian cat semprot Samurai pada PT. Wstandard Mega Abadi. Jumlah populasi berjumlah 152 pelanggan, dengan menggunakan rumus *slovin* diperoleh sampel sebanyak 110 pelanggan. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hipotesis secara parsial dan simultan diperoleh bahwa variabel harga, promosi dan fasilitas secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian cat semprot Samurai dengan menggunakan perbandingan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Kata Kunci : Fasilitas; Harga; Keputusan Pembelian; dan Promosi