

## ABSTRAK

Elfrida Ariyani Berasa, Nim 1701010040. Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Logoo Cipta Prosindo Medan. Dibimbing oleh Bilson Pandiangan dan Asmara Wildani.

Bisnis percetakan merupakan sektor usaha industri kreatif dibidang desain grafik, digital printing, media cetak, dan periklanan. Tingginya kebutuhan produk percetakan dengan berbagai jenis permintaan masyarakat terus meningkat membuat usaha percetakan dan advertising berkembang cukup pesat. Para pelaku usaha terus melakukan kebijakan dan strategi agar terus berkembang dan berdaya saing. Media promosi menjadi hal yang perlu diperhatikan begitu pula dengan harga dari produk tersebut yang mana dapat berpengaruh bagi keputusan pembelian. Dengan kata lain kedua variabel ini menjadi peran dominan yang dapat menarik minat dalam mengambil keputusan untuk pembelian juga menjadi penentu agar pelanggan kembali mengambil sikap pasca pembelian.

Dalam hal ini penulis berminat untuk meneliti dibidang usaha percetakan dan periklanan guna penyelesaian tugas akhir dimana dengan mengidentifikasi apakah adanya dampak positif maupun negatif pada kedua variabel yang dimaksud yakni promosi dan harga disalah satu perusahaan yaitu CV. Logoo Cipta Prosindo Medan. Adapun penelitian yang dilakukan selama kurang lebih 3 (tiga) bulan yakni pada bulan November – Desember 2021.

Dalam proses penelitian penulis menetapkan populasi yang mencakup keseluruhan dari konsumen perusahaan sejak berdirinya pada tahun 2018 hingga saat ini. Kemudian dilakukan penentuan sampel untuk memudahkan penelitian dengan rumus *slovin* dimana akhirnya diperoleh sampel sebanyak 100 orang. Dari data-data yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk menguji keabsahan data dan digunakan untuk mengukur seluruh variabel dengan menganalisis seluruh data yang telah dikumpulkan dengan analisis regresi linear berganda dimana terdapat pula uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji *koefisien determinasi*. Pada hasil akhir ditemukan kesimpulan bahwa kedua variabel yang diteliti yakni promosi dan harga menyatakan adanya pengaruh yang positif pada keputusan pembelian konsumen. Penulis mengambil kesimpulan berdasarkan hasil yang didapat selama penelitian dimana sebaiknya perusahaan melakukan strategi promosi melalui media sosial *ecommerce* yaitu shopee serta dapat bekerjasama dengan Sales Promotion Girl (SPG) produk Dettol dan Warda Decoration Medan.

Kata kunci: Promosi, Harga, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*Elfrida Ariyani Berasa, Nim 1701010040. The Influence of Promotion and Price on Purchasing Decisions at CV. Logoo Cipta Prosindo Medan. Supervised by Bilson Pandiangan and Asmara Wildani.*

*The printing business is a creative industry business sector in the fields of graphic design, digital printing, print media and advertising. The high demand for printing products with various types of public demand continues to increase, making the printing and advertising business grow quite rapidly. Business actors continue to implement policies and strategies to continue to develop and be competitive. Promotional media is something that needs to be considered as well as the price of the product which can influence purchasing decisions. In other words, these two variables play a dominant role in attracting interest in making purchasing decisions and also being a determinant for customers to take a post-purchase attitude again.*

*In this case the author is interested in researching the printing and advertising business in order to complete the final assignment by identifying whether there is a positive or negative impact on the two variables in question, namely promotion and price in one of the companies, namely CV. Logoo Cipta Prosindo Medan. The research was carried out for approximately 3 (three) months, namely November – December 2021. In the research process the author determined a population that covers the entirety of the company's consumers since its founding in 2018 until now. Then the sample was determined to facilitate research using the Slovin formula, where finally a sample of 100 people was obtained. From the data obtained, testing is then carried out to test the validity of the data and is used to measure all variables by analyzing all the data that has been collected using multiple linear regression analysis where there are also classical assumption tests, hypothesis tests and coefficient of determination tests.*

*In the final results, it was concluded that the two variables studied, namely promotion and price, stated that they had a positive influence on consumer purchasing decisions. The author draws conclusions based on the results obtained during the research that companies should carry out promotional strategies through e-commerce social media, namely Shopee, and can collaborate with the Sales Promotion Girl (SPG) for Dettol and Warda Decoration Medan products.*

*Keywords: Promotion, Price, Purchase Decision.*