

ABSTRAK

Christina Ranjani Pardede. *Analisis Harga, Promosi dan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kecambah Sawit pada PPKS Medan*. Dibimbing oleh Dr.Nora Anisa Br Sinulingga, S.E, M.M dan Binsar Sihombing, S.E.M. Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis harga, promosi dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Kecambah Sawit pada PPKS Medan. Dalam perekonomian Indonesia kelapa sawit memegang peranan yang cukup strategis karena prospek lebih terjamin. Kecambah Sawit pada PPKS Medan mengalami fluktuasi, untuk mencapai kesuksesan dalam penjualan, PPKS Medan perlu menganalisis faktor-faktor harga, promosi dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada kecambah sawit PPKS Medan. Peneliti ini menggunakan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal untuk mengetahui alasan konsumen memilih Kecambah Sawit pada PPKS Medan dan teknik survei terhadap 96 responden yang telah menggunakan produk kecambah sawit pada PPKS Medan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan promosi secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, ketika diuji secara simultan, harga, promosi dan perilaku konsumen secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi sebesar 67,1% yang memiliki kemampuan yang kuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Promosi, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Christina Ranjani Pardede. *Analysis of Prices, Promotions and Consumer Behavior on Purchasing Decisions for Palm Oil Sprouts at PPKS Medan. Supervised by Dr.Nora Anisa Br Sinulingga, S.E, M.M and Binsar Sihombing, S.E.M. Si.*

This study aims to analyze price, promotion and consumer behavior on purchasing decisions for Palm Sprouts at PPKS Medan. In the Indonesian economy, palm oil plays a strategic role because prospects are more secure. Palm sprouts at PPKS Medan experience fluctuations, to achieve success in sales, PPKS Medan needs to analyze the factors of price, promotion and consumer behavior on purchasing decisions on palm sprouts PPKS Medan. This research uses quantitative with a causal associative approach to find out the reasons consumers choose Palm Sprouts at PPKS Medan and survey techniques for 96 respondents who have used palm sprouts products at PPKS Medan. The results of this study indicate that price and promotion partially have a positive but insignificant effect on purchasing decisions, and consumer behavior has a positive and significant effect on purchasing decisions. However, when tested simultaneously, price, promotion and consumer behavior together influence purchasing decisions. The coefficient of determination is 67.1% which has a strong ability to influence purchasing decisions.

Keywords: Price, Promotion, Consumer Behavior, Purchasing Decisions.