

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada cilupbah shop palembang. Penelitian ini dilakukan dengan adanya kenyataan di cilupbah shop palembang dalam beberapa bulan telah terjadi penurunan penjualan produk pakaian cilupbah shop palembang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* tepatnya *accidental sampling* Penentuan sampel menggunakan rumus populasi tidak diketahui atau *formula lemeshow* dan didapatkan hasil sebesar 96 responden.

Hasil pengujian secara simultan dengan menggunakan uji F, nilai  $f_{hitung}$  sebesar 34,111 setelah itu dibandingkan dengan nilai  $f_{tabel}$  sebesar 3,09 maka dengan signifikan sebesar 0,05 jadi dapat disimpulkan bahwa  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $34,111 > 3,09$ ) dengan  $\alpha < 0,05$  ini berarti bahwa variabel independen harga (X1) dan promosi (X2) secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan menggunakan model regresi linier berganda layak sebagai model penelitian. Selanjutnya dengan menggunakan uji t nilai harga yang didapatkan  $t_{hitung} 0,624 < t_{tabel} 1,661$  menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan nilai promosi yang didapatkan  $t_{hitung} 7,926 > t_{tabel} 1,661$  maka promosi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. variabel independen yang dominan terhadap keputusan pembelian adalah promosi. Sebaiknya produsen cilupbah shop memberikan harga semua produk standar dengan harga yang ada di toko lainnya.

**Kata kunci : Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian**