

## **ABSTRAK**

Aktivitas bisnis ritel saat ini yang semakin ketat mendorong para pelaku bisnis ritel atau perusahaan ritel mempunyai strategi yang jitu agar aktivitas bisnisnya dapat unggul. Menjamurnya ritel sudah menjadi hal yang lumrah dikarenakan negara ini merupakan negara berkembang yang memiliki banyak sekali penduduk yang kebanyakan membeli barang dalam bentuk eceran. Industri ritel terus berubah seiring dengan perubahan teknologi, perkembangan dunia usaha, dan tentunya kebutuhan konsumen, menjadikan proses keputusan pembelian konsumen berbeda-beda.

Objek dalam penelitian ini adalah Matahari Departement Store Istana Plaza Bandung. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Proses Keputusan pembelian konsumen. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu membagikan kuisioner kepada 100 responden dari populasi 15.969 konsumen Matahari Departement Store Istana Plaza Bandung.

Hasil penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda, Uji Validitas, Uji Realibilitas, Analisis Korelasi Berganda, Koefisien determinasi, Koefisien determinasi parsial ( $R^2$ ), Uji Hipotesis Simultan, dan Uji Hipotesis Parsial. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga dan Iklan berpengaruh positif dan signifikan Proses Keputusan Pembelian. Besar Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah 61,6% yang artinya bahwa nilai sebesar 61,6%, Proses Keputusan Pembelian di pengaruhi variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 38,4% di pengaruhi oleh variabel lainnya.

## **ABSTRACT**

Activities retail business today increasingly stringent encourage perpetrators retail business or a retail company has the right strategy so that business activities can excel. The mushrooming of retail've become commonplace because this country is a developing country which has many residents who mostly buy goods in retail form. Retail industry continue to change along with changes in technology, development of business, and of course the needs of consumers, consumer purchase decision making process is different.

The object of this research is Matahari Istna Plaza Department Store Bandung. The objective of this study was to determine the effect of price and rent Against the consumer purchase decision process. Analysis of the data used in this study are primary data .Technique used data collection that is distributing questionnaires to 100 respondents from a population of 15 969 consumers Matahari Department Store Istana Plaza Bandung.

The results using multiple linear regression analysis method, Validity, reliability test, Correlation analysis, coefficient of determination, the partial coefficient of determination (R<sup>2</sup>), Simultaneous Hypothesis Testing and Hypothesis Testing Partial. And research shows that the variable price and rent a positive and significant effect on the Purchase Decision Process. Large coefficient of determination (R<sup>2</sup>) was 61.6%, which means that the value of 61.6%, the Purchase Decision Process influenced the independent variable, while the remaining 38.4% is influenced if the other variables