

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Braga Punya Cerita.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif. Menurut Hamdi dan Bahrudin (2014:5), penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau. metode verifikatif menurut Sugiyono (2012:8) diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan., dengan menggunakan pengambilan sampel dari populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan pendekatan rumus Slovin. Penelitian ini dilakukan di lingkungan Cafe Braga Punya Cerita dengan Sampel sebanyak 76 responden.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian, ditunjukkan oleh koefisien korelasi Pearson (R) dari tabel diatas diperoleh hasil sebesar 0,961 artinya hubungan antara Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian adalah sangat erat dan kuat.

Dari hasil di atas juga dapat diketahui besarnya kontribusi variabel Citra Harga (X1) dan Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi (adalah hasil pengkuadratan dari koefisien korelasi dikali 100%) atau R Square. Dari tabel koefisien korelasi dan koefisien determinasi diketahui bahwa Nilai R<sup>2</sup> (R square) sebesar 0.924 atau 92,40%, memberi makna bahwa pengaruh variabel lain selain Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Braga Punya Cerita., yaitu sebesar 7,60% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

**Kata Kunci : Harga, Promosi , Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to find out the effect of prices and promotions on purchasing decisions at Cafe Braga.*

*The research method used is descriptive verification method. According to Hamdi and Bahrudin (2014: 5), descriptive research is a research method aimed at describing existing phenomena, which take place at present or in the past. verification method according to Sugiyono (2012: 8) is interpreted as research conducted on a particular population or sample with the aim of testing predetermined hypotheses, using sampling from the population used in this study was purposive sampling with the Slovin formula approach. This research was carried out at the Cafe Braga, where there were 76 respondents.*

*Based on the results of the research conducted, it can be seen that Prices and Promotions on Purchasing Decisions, indicated by the Pearson correlation coefficient (R) from the table above, yields a result of 0.961, meaning the relationship between Prices and Promotions to Purchasing Decisions is very strong and strong.*

*From the results above, it can also be seen the contribution of Price Image (X1) and Promotion (X2) variables to Purchase Decisions (Y), indicated by the magnitude of the coefficient of determination (is the result of the correlation coefficient multiplied by 100%) or R Square. From the correlation coefficient table and the determination coefficient it is known that R<sup>2</sup> (R square) value is 0.924 or 92.40%, giving the meaning that the influence of other variables besides Price and Promotion on the Purchase Decision at Cafe Braga has a Story, that is equal to 7.60% influenced by other factors not examined in this study.*

*Keywords: Price, Promotion, Purchasing Decision*