PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA

# (STUDI KASUS KONSUMEN SD BODHI SINAR TERANG BANDUNG)

**JURNAL TESIS**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Pendidikan



# Oleh:

**TAUFIQ HASAN FITRILLAH NPM: 188020022**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG 2022**

# ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of price and promotion on service purchasing decisions. The method used in this research is a quantitative research approach, with descriptive analysis and verification methods. The population in this study was obtained from student data that the total number of students at SD Bodhi Sinar Terang was 42 students. The number of samples used in this study was 42 students. The results of the study There is a direct influence of Price on Service Purchase Decisions. The amount of influence of promotional strategies on purchasing decisions is 0.720; this means that the purchase decision is influenced by the price of 72%, while the remaining 28% is influenced by other factors that are not included in this study. There is a direct influence of price on the decision to purchase services. The magnitude of the influence of the promotion strategy on purchasing decisions is 0.720; this means that purchasing decisions are influenced by price by 72%, while the remaining 28% is influenced by other factors not included in this study. this means that purchasing decisions are influenced by price and promotion by 77.4%, while the remaining 22.6% is influenced by other factors not included in this study.*

***Keywords****: Price; Promotion; Service Purchase Decision*

# ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif, dengan metode teknik analisis deskriptif dan verifikatif. Populasi pada penelitian ini diperoleh dari data siswa bahwa jumlah siswa SD Bodhi Sinar Terang keseluruhan berjumlah 42 siswa, Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 42 siswa. Adapun hasil penelitian Terdapat pengaruh langsung Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Besarnya pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 0,720; hal ini berarti bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga sebesar 72 %, sedangkan sisanya sebesar 28 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Terdapat pengaruh langsung Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Besarnya pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 0,720; hal ini berarti bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga sebesar 72 %, sedangkan sisanya sebesar 28 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.Terdapat pengaruh harga dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Besarnya pengaruh strategi promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 0,774; hal ini berarti bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan promosi sebesar 77,4 %, sedangkan sisanya sebesar 22,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga; Promosi; Keputusan Pembelian Jasa

# Daftar Pustaka

Amstrong, K. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran. *Erlangga, Jakarta*, *12*. Amstrong, K. P. D., & Kotler, P. (2001). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jilid.

Prasetio, B., & Rismawati, Y. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Harjagunatama Lestari (Toserba Borma) Cabang Dakota. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, *2*(2), 57–65.

Evelina, N., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *1*(1), 203–213.

Fure, H. (2013). Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *1*(3).

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller.2016. *Marketing Management.* 15th edition. England: Pearson Education

Kotler, Philip and Gary Armstrong., 2010, *Principles of Marketing*, 14th Edition, USA: Prentice Hall

Mullins, John W and Walker C, Orville. 2010. *Marketing Manajemen: A Strategic Decision- making Approach 7th Edition,* The McGraw Hill Companies, New York.

Saladin, Djaslim. 2013. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran, cetakan keempat,*

Bandung: Linda Karya

Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi 3. *Yogyakarta: Andi*.

Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *3*(2).