

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh personal dan harga terhadap proses keputusan pembelian jasa seni pertunjukan wayang golek Sanggar Munggul Pawenang Putra (MPP) baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS 26.

Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa personal dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian sebesar 60,1% sedangkan sisanya sebesar 39,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial menunjukkan bahwa personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian sebesar 10,3% dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian sebesar 49,8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh paling besar terhadap proses keputusan pembelian.

**Kata kunci: Personal, Harga, dan Proses Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine how much influence personal and price have on the purchasing decision process for wayang golek performing arts services at Sanggar Munggul Pawenang Putra (MPP), either simultaneously or partially.*

*This study uses a quantitative approach. The research method used is descriptive and verification. The sampling technique used was non-probability sampling with a total sample of 97 people. The analytical method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, analysis of the coefficient of determination, and hypothesis testing using the SPSS 26 program.*

*The results of the study simultaneously showed that personal and price had a positive and significant effect on the purchasing decision process by 60.1% while the remaining 39.9% were influenced by other variables not examined. Partially, it shows that personal has a positive and significant effect on the purchasing decision process by 10.3% and price has a positive and significant effect on the purchasing decision process by 49.8%. So it can be concluded that the price has the greatest influence on the purchasing decision process.*

***Keywords: Personal, Price, and Purchasing Decision Process***