

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh promosi penjualan dan *personal selling* produk peralatan masak dan membuat kue pada UD Lancar Pratama Jaya terhadap keputusan pembelian pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah promosi penjualan dan *personal selling* mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal, teknik pengambilan sampelnya menggunakan rumus slovin. Data diperoleh melalui survei dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang adalah pelanggan dan *member* toko CooksHabit pada UD Lancar Pratama Jaya.

Alat uji yang digunakan untuk menguji instrumen penelitian berupa uji validitas, uji realibilitas, dan uji normalitas. Sedangkan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Untuk menganalisis data digunakan uji regresi berganda dan perhitungan dalam pengolahan data menggunakan bantuan software SPSS.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu bahwa Promosi Penjualan dan *Personal Selling* baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk peralatan masak dan membuat kue CooksHabit pada UD Lancar Pratama Jaya.

Kata kunci: Promosi Penjualan, *Personal Selling*, Keputusan Pembelian