

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of advertising and prices on consumer decision to purchase Bihunku products in Tangerang Region. Sampling technique in this research is slovin method by using error limit 5% which means having 95% accuracy level. Out of 115 population, 89 samples were obtained. The data analysis is used multiple linear regression analysis using SPSS 23. The result of the research shows that advertisement and price have a significant effect to the consumer decision of purchasing products in Tangerang Region. Partially, the variable of advertisement have an effect on significant to purchasing decision and price variable.

Keywords : Advertising, pricing and purchasing decisions.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan harga terhadap keputusan pembelian produk Bihunku di wilayah tangerang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *slovin* dengan menggunakan batas kesalahan 5% yang berarti memiliki tingkat akurasi 95%. Dari 115 populasi didapat 89 sampel, Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Bihunku di wilayah tangerang. Secara parsial variabel iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel harga.

Kata Kunci : iklan, harga dan keputusan pembelian

