

**This is a free version, please upgrade and register it, after registration, you can get more advantages. [www.word-pdf-convert.com](http://www.word-pdf-convert.com)**

## **ABSTRAK**

Konsumsi susu Indonesia saat ini masih rendah. Setiap tahun, kalau dirata-rata, setiap orang Indonesia baru menenggak sembilan liter susu. Padahal, setiap penduduk Malaysia dan Filipina sudah minum 20 liter susu per tahun. Tingkat konsumsi susu di Indonesia masih sangat rendah atau dengan kata lain keputusan pembelian susu oleh konsumen masih sangat kecil. Dilain hal produsen susu olahan harus tetap menjaga harga jual, kualitas/mutu, kestabilan distribusi dan program promosi meskipun harga bahan baku setiap tahunnya naik dengan cukup signifikan serta biaya promosi semakin mahal karena semakin banyaknya stasiun televisi ditambah lagi pesaing juga semakin banyak, baik dari luar negeri maupun dari dalam negeri, baik pesiang yang merupakan *follower (me too)* maupun yang *first in the market* (pencipta variasi baru).

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (harga dan promosi) pada produk Prenagen Ibu Hamil terhadap variabel dependen (keputusan pembeli).

Dalam pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode survey kepada 100 responden dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Untuk menggali informasi, metode analisis yang digunakan adalah : analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel harga dan promosi terhadap keputusan pembelian, analisis ini diuji melalui uji t dan uji F Anova.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa harga dan promosi memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembeli. Berdasarkan penelitian ini harga dan promosi merupakan hal yang penting dalam keputusan pembeli, oleh karena itu PT Sanghiang Perkasa Kalbe Nutritionals perlu meningkatkan pengawasan terhadap harga dan promosi untuk kepuasan konsumennya.