

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BATIK TULIS KHAS LAMPUNG

Oleh:

DIANA PARAHITA

Perkembangan industri batik di dunia saat ini yang semakin pesat menyebabkan persaingan usaha antar perusahaan semakin ketat, akan banyak produk yang identik dengan merek yang berbeda akan menjadi pesaing. Lampung mempunyai batik Lampung sebagai kain tradisional dengan motif yang beragam. Namun, hasil wawancara penelitian terhadap sejumlah pelaku UMKM batik tulis khas Lampung masih banyak yang belum memanfaatkan adanya media sosial dan *marketplace* pada penjualan dan pemasaran produk batik mereka, dan masih banyak terdapat pelaku UMKM yang berfokus dalam penjualan konvensional atau ditempat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini ialah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner. Dan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung. Populasi pada penelitian ini ialah konsumen yang pernah membeli Batik Tulis Khas Lampung, dengan sampel sebanyak 210 responden. Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari 21 item pertanyaan yang berisi masing-masing variabel penelitian. Pengujian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (r^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Keputusan Pembelian