

The Effect Of Price, Discounts, Bonus Packages, and Store Display On Spontaneous Purchasing Decisions For Indogrosir Consumers in Bandar Lampung

ABSTRACT

By

Indra Syaipulloh

This research will explain the influence of price, product quality, promotion on decision making to purchase Samsung cellphones in Bandar Lampung. This research uses a quantitative approach using a sample of 140 consumer respondents using Samsung smartphones in Bandar Lampung with ages ranging from 18-25 years. The price variable which was tested partially produced a tcount value of 1.857 > ttable 1.65613 and obtained a significance level of 0.022 < 0.05. The Product Quality variable which was tested partially produced a tcount value of 8.759 > ttable 1.65613 and obtained a significance level of 0.000 < 0.05. Based on the results of the F test which has been carried out, the Fcount value is 119.182, which is greater than Ftable, namely 2.67, with a significant value of 0.000 < 0.05, it can be explained simultaneously that Price, Product Quality and Promotion together influence User Purchasing Decisions. Samsung in Bandar Lampung

Keywords: Keywords: Price Discounts, Bonus Packages, Store Displays and Spontaneous Purchase Decisions

**PENGARUH POTONGAN HARGA, PAKET BONUS DAN TAMPILAN
TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPONTAN PADA
KONSUMEN INDOGROSIR BANDAR LAMPUNG**

ABSTRAK

Oleh

Indra Syaipulloh

Penelitian ini akan menjelaskan Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Bandar Lampung. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan sampel 140 responden konsumen pengguna smartphone Samsung di Bandar Lampung dengan perbatasan usia dari 18-25 tahun. Variabel Harga yang diuji secara parsial menghasilkan nilai $t_{hitung} 1,857 > t_{tabel} 1,65613$ dan diperoleh tingkat signifikansi sebesar $0,022 < 0,05$. Variabel Kualitas Produk yang diuji secara parsial menghasilkan nilai $t_{hitung} 8,759 > t_{tabel} 1,65613$ dan diperoleh tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan nilai $F_{hitung} 119,182$ lebih besar dari F_{tabel} yaitu $2,67$, dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat diuraikan secara simultan bahwa Harga, Kualitas Produk dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Samsung di Bandar Lampung.

Kata Kunci: Potongan Harga, Paket Bonus, Tampilan Toko dan Keputusan Pembelian Spontan