

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA DALAM PEMASARAN SMARTPHONE IPHONE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO PSTORE JAKARTA

Oleh :

**Herlina Tampubolon
190311018**

ABSTRAK

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kusioner. Penelitian ini didasarkan pada data primer dan sekunder. Promosi yang dilakukan oleh toko Pstore Jakarta membuat pengaruh minat beli terhadap konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Harga dalam Pemasaran Smartphone Iphone Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Pstore Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kusioner kepada 114 responden di Toko Pstore Jakarta. Hasil penelitian adalah variabel secara simultan dapat diketahui bahwa nilai F-hitung (19,578) F-tabel (3,080) atau sig sebesar 0,001 < 0,05 dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini kemudian dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan tersebut bahwa variabel Promosi (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) iphone di toko pstore Jakarta. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari setiap variabel atau secara simultan dapat dilihat bahwa Fhitung (19,578) > Ftabel (3,08) atau sig. 0,001 < 0,05. Data diolah menggunakan statistik SPSS 26 (2023)

Kata Kunci : Promosi, Harga dan Minat Beli

The Impact of Promotions and Prices in Marketing the iPhone Smartphone on Consumer Purchasing Interest at Pstore Store in Jakarta

By:
Herlina Tampubolon 190311018

ABSTRACT

In this research, a quantitative approach was employed, utilizing a questionnaire for data collection. The study was based on both primary and secondary data. Promotions conducted by Pstore Jakarta had an impact on consumer purchasing interest. The aim of this study was to determine the effect of promotions and prices in marketing the iPhone smartphone on consumer purchasing interest at Pstore Store in Jakarta. The questionnaire was distributed to 114 respondents at Pstore Store in Jakarta. The research findings showed that the variables, simultaneously, had an F-value of 19.578 and F-table of 3.080, with a sig value of $0.001 < 0.05$. Therefore, H_0 was rejected while H_a was accepted. Consequently, it can be concluded that the variables of Promotion (X1) and Price (X2) positively and significantly affected the purchasing interest (Y) of iPhone at Pstore Store in Jakarta. In summary, the impact of each variable or simultaneously can be seen through the calculated F-value ($19.578 > F\text{-table } (3.080)$) or sig value of $0.001 < 0.05$. The data was analyzed through statistical software SPSS 26 (2023).

Keywords: Promotions, Prices, and Purchasing Interest