

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
CARREFOUR BLOK M SQUARE**

SKRIPSI

Program Studi : Manajemen



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
CARREFOUR BLOK M SQUARE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA MANAJEMEN

Program Studi Manajemen – Strata 1



NIM : 041601503125087

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2021

**THE EFFECT OF PRODUCT COMPLETENESS, PRICE AND
PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS AT
CARREFOUR BLOK M SQUARE**

THESIS

The Study Program: Management



**FACULTY ECONOMICS & BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA
2021**

**THE EFFECT OF PRODUCT COMPLETENESS, PRICE AND
PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS AT
CARREFOUR BLOK M SQUARE**

THESIS

Submitted As One Of The Requirements For Obtaining a Degree

BACHELOR OF MANAGEMENT

The Study Program Management – Strata 1



By:

NAME : Safruddin

NIM : 041601503125087

FACULTY ECONOMICS & BUSINESS

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

JAKARTA

2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kelengkapan produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan pembelian di Carrefour Blok M Square. Secara simultan maupun parsial. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan memalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah berkunjung dan melakukan transaksi di Carrefour Blok M Square. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuntitatif dan hasil penelitian ini berdasarkan jawaban dari para responden dengan menggunakan skala likert. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi. Pada hasil Penelitian ini Menunjukan bahwa secara simultan (Uji F) terdapat pengaruh yang signifikan antara Kelengkapan Produk (X_1), Harga (X_2) dan Promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Secara parsial (Uji t) Kelangkapan Produk (X_1) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Harga (X_2) terdapat pegaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Pomosi (X_3) terdapat pegaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Kelengkapan Produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The study aims to determine the effect of Product Completeness, Price and Promotion on Purchasing Decisions at Carrefour Blok M Square. Partially or simultaneously. The data used are primary data collected through questionnaires to 100 respondents who have visited and made transactions at Carrefour Blok M Square. The method used in this study is a quantitative method and the results of this study are based on the answers of the respondents using a likert scale. The data analysis method used in this research is multiple Linear Regression Test, F Test, t Test and Coefficient of Determination. The results of this study show that simultaneously (F. Test) there is significant effect between Product Completeness (X_1), Price (X_2) and Promotion (X_3) on Purchasing Decisions (Y). Partially (t -Test) Product Completeness (X_1) has a significant effect on Purchasing Decisions, Price (X_2) has a significant effect on Purchasing Decisions and Promotion (X_3) has a significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords : *Product Completeness, Price, Promotion and Purchasing Decision.*