

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi harga dan diskon terhadap keputusan pembelian produk fashion di Tabpay Catalog, dengan studi kasus pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Potensi Utama.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada 94 mahasiswi FEB yang pernah melakukan pembelian produk fashion melalui Tabpay Catalog. Analisis data dilakukan menggunakan Uji Regresi linier berganda untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel promosi harga dan diskon terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik variabel Promosi, Harga dan Diskon memiliki signifikansi $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi, Harga dan Diskon berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Dalam Uji F terlihat bahwa F tabel memiliki nilai lebih besar yaitu $54.956 > 2,71$ yang artinya lebih besar dari F hitung. Maka dalam penelitian ini secara bersama-sama variabel X mempengaruhi Variabel Y. Terlihat nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,913 artinya adalah sebesar 91,3% variabel keputusan pembelian di Tabpay catalog (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel promosi (X1), harga (X2), dan diskon (X3). Sedangkan sisanya yaitu sebesar 9% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: promosi harga, diskon, keputusan pembelian, produk fashion, Tabpay Catalog, mahasiswi FEB Universitas Potensi Utama.