

ABSTRAK

Pengaruh Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Oleh: Argha Patama Putra

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian handphone Nokia pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Padang, (2) Pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian handphone Nokia pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Negeri Padang.

Jenis penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kausalitas yang mana penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang pada tahun 2012, dengan pengambilan sampel adalah *Multi Stage Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 156 orang. Pengujian instrument dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan adalah Regresi Logistik dan uji hipotesis dengan menggunakan Analisis *Wald Test*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Variabel harga (X1) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Nokia dengan $\text{sig} = 0,037$. 2) Variabel promosi penjualan (X2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Nokia dengan $\text{sig} = 0,043$.