

ABSTRAK**Adhenia Aisyah Vernanda, 1950210021, Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jenang Mubarak di Showroom CV Mubarakfood Cipta Delicia di Kabupaten Kudus.**

Meningkatnya perkembangan dunia bisnis akan sejalan dengan tingginya persaingan yang menuntut para pelaku usaha untuk lebih memperhatikan berbagai macam strategi agar tetap bertahan. Perilaku konsumen menjadi fokus penting dalam usaha yang berkaitan erat dengan proses keputusan pembelian. Berbagai macam faktor penunjang seperti harga dan promosi hendaknya terus diperhatikan agar keputusan pembelian dapat terus meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di Showroom CV Mubarakfood Cipta Delicia di Kabupaten Kudus. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan menggunakan metode survei. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari sampel sebanyak 100 responden yang merupakan pengunjung Showroom CV Mubarakfood Cipta Delicia. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner. Pengujian instrumen dilakukan dengan menguji validitas dan reliabilitas. Analisis regresi yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang terdiri dari uji F, uji t dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan jika harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan melalui uji secara parsial diperoleh hasil uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,148 > 1,984$). Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan melalui uji secara parsial diperoleh hasil uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,591 > 1,984$). Harga dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan melalui uji secara simultan diperoleh hasil uji f dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($26,003 > 3,09$).

Kata Kunci : Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian