

PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI INDIHOME DI WILAYAH JAKARTA UTARA

ABSTRAK

Abstract: *The purpose of this study was to determine the promotion strategy and price on Indihome buying interest in the North Jakarta Region. This research uses validity test, reliability test, classical assumption test, normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, multiple linear regression, t test, F test, and coefficient of determination with the help of SPSS 23 program. The sample taken is 110 respondents. This study uses quantitative research methods, and with the aim of testing the hypotheses that have been set and can determine the effect of the independent variable on the dependent variable. The method that will be used by researchers for data collection is obtained by giving several questions to respondents through questionnaires. using a Likert scale to measure each statement. The results showed that the Promotion Strategy had no and significant effect on Buying Interest, Price had an effect on Buying Interest, and Promotion and Price Strategy had an effect on buying interest in the North Jakarta area.*

Keywords: *Promotion Strategy, Price, Buying Interest.*

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi dan harga terhadap minat beli Indihome di Wilayah Jakarta Utara. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedatisitas, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS 23. Sampel yang diambil sebanyak 110 responden. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan dapat mengetahui pengaruh dari variabel bebas pada variabel terikat. Cara yang akan digunakan oleh peneliti untuk pengumpulan data diperoleh dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden melalui kuisioner. menggunakan skala Likert untuk mengukur setiap pernyataannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Promosi tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli, Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli, Strategi Promosi dan Harga berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli di Wilayah Jakarta Utara.

Kata kunci: Strategi Promosi, Harga, Minat Beli.