

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG**

Program Studi Manajemen
Skripsi Sarjana Manajemen
Semester Ganjil Tahun 2024/2025

**PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA, PERSEPSI KONSUMEN
DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA KC HARIS JAYA TENUN JUMPUTAN TUAN KENTANG
KOTA PALEMBANG**

Taufik Hidayat Ria Suharja

2125200111

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Persepsi Konsumen, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada KC Haris Jaya Tenun Jumputan Tuan Kentang Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif deskriptif serta dengan sampling, purposive sampling, serta regresi berganda dengan alat uji SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi, Persepsi Harga, Persepsi Konsumen, dan Keragaman Produk berpengaruh secara signifikan dan positif secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian pada KC Haris Jaya Tenun Jumputan Tuan Kentang Kota Palembang.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Promosi, Persepsi Harga, Persepsi Konsumen, Keragaman Produk