

# ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

## Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk susu dancow

Authors: A Adrianto

**Journal:** Insight Management Journal - Vol. 2 No. 3 (2022)

**Publisher:** Forum Kerjasama Pendidikan Tinggi

**Persistent DOI:** <https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.179>

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 20 October 2026, 22:53 UTC

## DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

## HOW TO CITE THIS RECORD:

A Adrianto. "Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk susu dancow". Insight Management Journal, Vol. 2 No. 3 (2022). DOI: 10.47065/imj.v2i3.179

## ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

### Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: <https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals>

## Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk susu dancow

A Adrianto

DOI: <https://doi.org/10.47065/imj.v2i3.179>

### ABSTRACT

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk susu dancow. Penelitian ini dilakukan pada Supermarket x di Medan yang dilakukan pada bulan 2021. Sampel penelitian ini adalah 100 orang konsumen yang melakukan pembelian produk susu dancow, pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Analisis data menggunakan uji Regresi Berganda dengan uji ketepatan model (uji asumsi klasik) dan pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi, uji parsial, dan uji simultan, sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan promosi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

**Keywords:** promosi, harga, keputusan pembelian