

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH DISKON HARGA DAN PAKET BUNDLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK KAHF DI BANDAR LAMPUNG

OLEH

M. GIFARY DHARMAYANDARU

Pada era persaingan bisnis yang semakin ketat, strategi pemasaran seperti diskon harga dan paket bundling menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Strategi ini digunakan untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diskon harga dan paket bundling terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Kahf di Bandar Lampung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner kepada responden serta data sekunder. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 130 responden yang dipilih menggunakan metode Nonprobability Sampling dengan teknik Purposive Sampling. Metode analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis melalui uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon harga dan paket bundling memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Kahf di Bandar Lampung. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi promosi yang tepat, seperti diskon harga yang menarik dan paket bundling yang bernilai tambah, dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dan meningkatkan daya saing produk di pasar.

Kata Kunci: Diskon Harga, Paket Bundling, Keputusan Pembelian, Konsumen.

ABSTRACT**ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRICE DISCOUNTS AND BUNDLING
PACKAGES ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS ON KAHF
PRODUCTS IN BANDAR LAMPUNG****BY****M. GIFARY DHARMAYANDARU**

In the era of increasingly fierce business competition, marketing strategies such as price discounts and bundling packages are important factors in influencing consumer purchasing decisions. This strategy is used to attract consumer attention and increase sales volume. This study aims to analyze the effect of price discounts and bundling packages on consumer purchasing decisions on Kahf products in Bandar Lampung. The data used in this study are primary data obtained through questionnaires to respondents and secondary data. The sample in this study were 130 respondents selected using the Nonprobability Sampling method with Purposive Sampling technique. The analysis methods used include validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing through t test, F test, and coefficient of determination (R^2) test. The results showed that price discounts and bundling packages have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions on Kahf products in Bandar Lampung. These findings indicate that the right promotional strategies, such as attractive price discounts and value-added bundling packages, can encourage consumers to make purchases and increase product competitiveness in the market.

Keywords: Price Discount, Bundling Package, Purchase Decision, Consumer.