

ABSTRAK

Rahman, Taufiqur. 2025. *Pengaruh Promosi Dan harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Green Marketing (Motor Listrik) di Uwinfly Paiton*. Skripsi, Program Studi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid. Dosen Pembimbing Rizki Febri Eka Pradani, M.Pd.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Keputusan Pembelian, *Green Marketing*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk *green marketing* (motor listrik) di Uwinfly Paiton. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 210 responden yang dipilih melalui teknik *purpose sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi berganda, uji asumsi klasik, uji t, uji f, dan uji determinasi melalui bantuan perangkat lunak komputer yaitu SPSS for Windows 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (1) variabel Promosi (X_1) tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor listrik Uwinfly Paiton dengan didapatkan berdasarkan hasil uji t menunjukkan $t_{hitung}(1,775) < t_{tabel}(1,971)$ dengan nilai signifikansi $> 0,05$. (2) variabel Harga (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor listrik Uwinfly Paiton dengan didapatkan berdasarkan hasil uji t menunjukkan $t_{hitung}(8,271) > t_{tabel}(1,660)$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$. (3) hasil Uji F menunjukkan variabel harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor listrik Uwinfly Paiton dengan didapatkan berdasarkan uji f menunjukkan $F_{hitung}(72,820) > F_{tabel}(3,04)$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Hasil koefisien determinasi didapatkan *R square* sebesar 0,413 atau jika dipresentasikan menjadi 41,3% yang berarti variabel promosi dan harga mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 41,3% dan sisanya 58,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.