

Judul : Analisis Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Perilaku
Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pemilihan Program
Studi Di Universitas Dhyana Pura

Nama : Mia Dana Sukmawati

NIM : 22311601026

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan promosi terhadap perilaku konsumen, dan bagaimana perilaku konsumen tersebut memengaruhi keputusan konsumen dalam pengambilan keputusan memilih Program Studi di Universitas Dhyana Pura. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan rancangan penelitian asosiatif. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 97 orang responden.

Teknik pengumpulan data yaitu kuesioner, observasi dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan harga dan promosi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap perilaku konsumen. Harga juga berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan pemilihan program studi di Universitas Dhyana Pura. Promosi berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan program studi di Universitas Dhyana Pura. Perilaku konsumen berpengaruh secara positif signifikan terhadap pengambilan keputusan pemilihan program studi.

Selain itu, harga dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan memilih program studi melalui mediasi perilaku konsumen, hal ini menunjukkan bahwa strategi penerapan harga yang bersaing dan promosi yang efektif dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk memilih program studi di Universitas Dhyana Pura.

Kata kunci : *Harga, Promosi, Perilaku Konsumen, , Keputusan Memilih*

Title : *Analysis of the Influence of Price and Promotion on Consumer Behavior in Decision-Making for the Selection of Study Programs at Dhyana Pura University*

Name : *Mia Dana Sukmawati*

NIM : **22311601026**

Concentration : *Marketing*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price and promotion on consumer behavior, and how this behavior affects consumer decision-making when selecting a study program at Dhyana Pura University. The research employs a quantitative method with an associative research design, and the sample size is 97 respondents. Data collection techniques include questionnaires, observations, and interviews. Path Analysis is used to conduct data analysis. The results of the study indicate that price and promotion have a significant and positive effect on consumer behavior. Price also has a significant and positive effect on decision-making regarding the selection of study programs at Dhyana Pura University, while the promotion has a positive but not significant effect on the decision to select a study program, and consumer behavior has a significant positive effect on decision-making regarding the selection of study programs. Additionally, the price and promotion have a significant positive effect on the decision to choose a study program through the mediation of consumer behavior. This suggests that competitive pricing strategies and effective promotions can influence customer behavior to choose study programs at Dhyana Pura University.

Keywords: *Consumer Behavior, Decision to Choose, Price, Promotion.*