

## ABSTRAK

Nama : Eki Yusuf Hisbullah  
Program Studi : Marketing Communication  
Judul Skripsi : Pengaruh Pesan Promosi, Persepsi Harga di Jakcloth Store Tangerang Terhadap Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi, Persepsi Harga di Jakcloth Store Tangerang Perkasa. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey dan telah menyebarkan kuisioner pada 98 responden, hasil Promosi (X1) sebagian besar responden 84% ,Sedangkan hasil persepsi Harga (X2) 85,% menyatakan hasil yang kuat Terhadap keputusan pembelian (Y)83%. Berdasarkan hasil pada penelitian dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Besar dari promosi dan persepsi Harga terhadap keputusan pembelian berdasarkan Uji Koefisien Detminal parsial sebesar 60,7% berdasarkan pernyataan pada butir kuesioner Nilai Promosi yang menjawab paling banyak menjawab setuju pada Butir Nomor 1 “tentang Jangkauan promosi, Informasi mengenai JackCloth Store Tangerang mudah saya dapatkan” yang artinya pengunjung dapat dengan mudah mendapatkan informasi tentang Jakcloth Store Tangerang melalui social media , Pada Uji Validitas dan Rebillitas hasilnya di lebih besar dari pada R table Menunjukkan Bahwa terdapat pengaruh di Jakcloth Store Tangerang . Hasil ini bila dikaitkan dengan hipotesis maka, Ho di tolak dan Ha diterima.

Kata kunci: *Pengaruh Promosi dan Persepsi Harga*