

**PENGARUH FAKTOR PRIBADI DAN PROMOSI PENJUALAN  
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN  
(Survey Pada Konsumen H&M Hartono Mall Sleman, Yogyakarta)**

DITA KRISTANTI

NIM : 141150520

E-mail: ditakristanti05@gmail.com

Pembimbing I: Drs. Agung Satmoko, ME

Pembimbing II: Drs. Tugiyo, MM

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh faktor pribadi dan promosi penjualan terhadap perilaku pembelian pada konsumen H&M Hartono Mall Sleman, Yogyakarta (2) pengaruh faktor pribadi terhadap perilaku pembelian pada konsumen H&M Hartono Mall Sleman, Yogyakarta (3) pengaruh promosi penjualan terhadap perilaku pembelian pada konsumen H&M Hartono Mall Sleman, Yogyakarta. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian survei, dimana instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen H&M Hartono Mall Sleman, Yogyakarta yang melakukan pembelian pada produk H&M. Pengambilan data dilakukan pada bulan Juni 2019. Sampel sebanyak 110 responden yang ditentukan dengan teknik *convenience sampling*. Teknik analisis data menggunakan Regresi Berganda menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menemukan bahwa: (1) faktor pribadi dan promosi penjualan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian pada konsumen di H&M Hartono Mall Sleman, Yogyakarta (2) faktor pribadi berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian pada konsumen di H&M Hartono Mall Sleman, Yogyakarta (3) promosi penjualan berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian pada konsumen di H&M Hartono Mall Sleman, Yogyakarta

**Kata Kunci** : Faktor Pribadi, Promosi Penjualan, Perilaku Pembelian