

## ABSTRAK

**Bagas Galuh Gusdinar. 3402190409. Pengaruh *Gender* dan *Sales Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Toko Dimalsa Majalengka). Di bawah bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Marlina Nur Lestari, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *gender* dan *sales promotion* terhadap keputusan pembelian pada Toko Dimalsa Majalengka. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh *gender* terhadap keputusan pembelian pada Toko Dimalsa Majalengka?; 2) Bagaimana pengaruh *sales promotion* terhadap keputusan pembelian pada Toko Dimalsa Majalengka?; 3) Bagaimana pengaruh *gender* dan *sales promotion* terhadap keputusan pembelian pada Toko Dimalsa Majalengka?. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh *gender* terhadap keputusan pembelian pada Toko Dimalsa Majalengka; 2) Pengaruh *sales promotion* terhadap keputusan pembelian pada Toko Dimalsa Majalengka; 3) Pengaruh *gender* dan *sales promotion* terhadap keputusan pembelian pada Toko Dimalsa Majalengka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan pendekatan data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata konsumen Toko Dimalsa Majalengka pada bulan Januari–Desember 2022 yaitu sebanyak 1.673 orang, sampel yang dipilih adalah sebanyak 94 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket. Adapun hasil penelitian adalah sebagai berikut: 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *gender* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Dimalsa Majalengka. Artinya jika *gender* meningkat, maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat; 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *sales promotion* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Dimalsa Majalengka. Artinya jika *sales promotion* sudah baik, maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat; 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *gender* dan *sales promotion* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Dimalsa Majalengka. Artinya jika *gender* dan *sales promotion* sudah baik, maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat.

**Kata Kunci:** *Gender*, *Sales Promotion* dan Keputusan Pembelian