

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU BATIK CV. DANARIS HOME INDUSTRY DI PEMALANG

ABDUL GHOFAR

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201102224@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Batik adalah salah satu busana tradisional di Indonesia yang menggambarkan salah satu karya agung bangsa kita. Proses pembuatannya mengandung makna kesabaran yang cukup tinggi. Begitu pun dalam hal pemakaian, batik tidak boleh sembarangan, ada caranya, digunakan untuk apa, dan harus disesuaikan motifnya dan penjualan terhadap baju batik harus terus ditingkatkan, demikian pula dengan baju batik CV. Danaris Home Industry melalui tahapan-tahapan seperti dari mulai produk, harga, promosi dan saluran distribusi perlu ditingkatkan agar keputusan pembelian batik dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli batik di Kecamatan Ulujami Kabupaten Pemalang. Pada penelitian ini menggunakan teknik populasi, responden yang diambil dari konsumen yang pernah atau sedang melakukan pembelian sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda yang dijalankan oleh SPSS 20.

Hasil dari analisis regresi berganda menunjukkan bahwa : produk, harga, promosi dan saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Danaris.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Saluran distribusi

MARKETING MIX EFFECT ON PURCHASING DECISIONS OF BATIK CLOTHES CV. DANARIS HOME INDUSTRY IN PEMALANG

ABDUL GHOFAR

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201102224@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Batik is one of the traditional clothing in Indonesia, which illustrates one of the great works of our nation. The manufacturing process implies high enough patience. So even in terms of usage, batik should not be arbitrary, no way be used for what it is, and should be tailored to the motives and selling batik clothing should be improved, as well as batik clothes CV. Danaris Home Industry through stages such as from the start of product, price, promotion and distribution channels need to be improved so that batik purchasing decisions can improve the welfare of the people in Indonesia.

This study aims to determine the effect of product, price, promotion and distribution channels on purchasing decisions. The population in this study is the customer who buy batik in the Ulujami sub-district, Pemalang District. In this study using the population technique, respondents drawn from customer who have or are making a purchase and the total is 100 respondents. Data are analyzed using multiple regression analysis and run by SPSS 20.

The results of multiple regression analysis show that: product, price, promotion and distribution channels have a positive and significant effect on purchasing decisions CV. Danaris.

Keyword : Product, Price, Promotion, Distribution Channels