

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PIZZA HUT JAVA MALL SEMARANG

CHIKA TARUNIMIA MEGASARI

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

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

Email : 211201002098@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Era pasar bebas berdampak pada adanya persaingan yang sangat ketat bagi para pelaku bisnis, sehingga berdampak pada adanya tuntutan bagi setiap manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi. Strategi pemasaran yang dimaksud harus mengarah pada terciptanya suatu kesetiaan yang tinggi dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan reliabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa jika kualitas produk meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa jika harga terjangkau maka keputusan pembelian akan meningkat. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa jika promosi meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa jika lokasi meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat.

Kata Kunci : produk, harga, promosi, lokasi dan keputusan pembelian

THE EFFECT OF MARKETING MIX ON PURCHASING DECISIONS AT PIZZA HUT JAVA MALL SEMARANG

CHIKA TARUNIMIA MEGASARI

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

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

Email : 211201002098@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The era of free-market impact on the very tight competition for businesses, so it impact on the demand on each company's management to be more careful in determining the marketing strategy in order to win the competition. The marketing strategy is meant to be lead to the creation of a high fidelity of consumers to the products offered by the company. Analytical tool used is multiple linear regression with firstly tested by validity and reliability.

The results show that the product is significantly influence the consumer purchasing decisions. It means that if the quality of the product increases, purchasing decisions will increase. Price is significantly influence on purchasing decisions. It means that if the price is affordable then purchasing decision will increase. Promotions is significantly influence on purchasing decisions. It means that if the promotion increases the purchasing decisions will increase. Locations is significantly influence on purchasing decisions. It means that if the location increases the purchasing decisions will increase.

Keyword : product, price, promotion, location and purchasing decisions