

## **PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PARIJS VAN JAVA RESTO DI SEMARANG**

**URFIA HUKMY**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,  
Universitas Dian Nuswantoro Semarang  
URL : <http://dinus.ac.id/>  
Email : 211201102137@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Keputusan pembelian konsumen adalah merupakan suatu tindakan konsumen untuk melakukan pemenuhan hasrat atau kebutuhan mereka. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap suatu perusahaan dalam menarik konsumen. Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen pada Parijs Van Java Resto di Semarang. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh konsumen Parijs Van Java Resto di Semarang. Penelitian sampel menggunakan purposive sampling yang kemudian diperoleh sampel sebanyak 100 konsumen. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Sebelumnya dilakukan analisis Uji Normalitas dan Uji Asumsi Klasik.

Dari hasil pengujian tersebut diperoleh produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, lokasi/distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, orang/karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci** : Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Lokasi/Distribusi, Promosi, Orang/Karyawan, Bukti Fisik, Proses dan Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON CONSUMER PURCHASING  
DECISIONS OF PARIJS VAN JAVA RESTO  
IN SEMARANG**

**URFIA HUKMY**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,  
Universitas Dian Nuswantoro Semarang  
URL : <http://dinus.ac.id/>  
Email : 211201102137@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

Consumer purchase decision is an act of consumers to make the fulfillment of their desires or needs. It is very influential on a company in attracting consumers. Identify the problem in this study is whether there is an influence of marketing mix on consumer purchasing decisions of in Parijs Van Java Resto in Semarang. This study uses the entire population of consumers Parijs van Java Resto in Semarang. The sample using purposive sampling method then obtained a sample of 100 consumers. The analysis tool used is Multiple Linear Regression Analysis. Previous analysis Normality Test and Test Assumptions Classic.

From the test results obtained product positive and significant impact on consumer purchasing decisions, price positive and significant impact on consumer purchasing decisions, location / distribution of positive and significant impact on consumer purchasing decisions, promotion of positive and significant impact on consumer purchasing decisions, people / employees are positive and significant impact on consumer purchasing decisions, physical evidence and a significant positive effect on consumer purchasing decisions, the positive and significant impact on consumer purchasing decisions.

**Keyword** : Marketing Mix, Product, Price, Location / Distribution, Promotion, People / Employee, Physical Evidence, Process and Purchasing Decision.