

## **Pengaruh Marketing Mix dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Perusahaan Mebel Aminah Putra Jaya Kaliwungu**

**BAYU AULIA HERMAWAN**

(Pembimbing : Mahmud, SE, MM)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201002092@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Dalam persaingan yang tajam seperti ini, keberhasilan perusahaan banyak ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi kegiatan-kegiatan individu dalam usahanya mendapatkan dan menggunakan barang ataupun jasa yang termasuk didalamnya proses keputusan pembelian. Adapun yang dijadikan sebagai populasi adalah seluruh pelanggan. sampel yang diambil dalam penelitian diperoleh sebesar 100. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive sampling yaitu teknik sampling berdasarkan kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Pelayanan dan Keputusan Pembelian Pelanggan

## **The Influence of Marketing Mix and Service on Purchasing Decision in Furniture Company "Aminah Putra" Jaya Kaliwungu**

**BAYU AULIA HERMAWAN**

(Lecturer : Mahmud, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &  
Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201002092@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

In competition like this, the company's success is determined by the accuracy of the company taking advantage of opportunities and identify the activities of individuals seeking to acquire and use goods or services including the purchasing decision process. As for which population was used entire customer. Samples taken in the study obtained at 100. The analysis tool used multiple linear regression. The sampling technique used in this research is purposive sampling that sampling technique based on the criteria. The results showed that the product quality has positive and significant influence on customer purchasing decisions. Prices has positive and significant influence on customer purchasing decisions. Promotion has positive and significant influence on customer purchasing decisions. The location has positive and significant influence on customer purchasing decisions. Service has positive and significant influence on customer purchasing decisions

**Keyword** : Quality of Product, Price, Promotion, Location, Service and Customer Purchasing Decisions