

Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak pada Loyalitas Jasa Pengiriman Surat dan Paket Kantor Pos Semarang 50000

VINISIA AMARAL

(Pembimbing : Usman, S.Si, MT)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201302877@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas. Objek yang dipilih pada penelitian ini adalah Kantor Pos Semarang 50000. Adapun sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode Convenience Sampling atau Accidental Sampling yang kemudian didapat sampel sebanyak 150 responden. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan metode kuesioner yang diisi secara mandiri. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis Structural Equation Modeling (SEM). Hasil dalam penelitian ini membuktikan dan memberi kesimpulan bahwa: (1) produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, (5) produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, (6) harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas, (7) promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas, (8) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, serta (9) keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Kata Kunci : Kata kunci : Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian, Loyalitas

The Influence of Marketing Mix toward Purchasing Decisions That Impacting on Mail and Package Delivery Service Loyalty of Post Office Semarang 50000

VINISIA AMARAL

(Lecturer : Usman, S.Si, MT)

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

www.dinus.ac.id

Email : 211201302877@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the influence of marketing mix on purchasing decision that impact on loyalty. Selected object in this research is the Post Office Semarang 50000. The sample in this research was determined by convenience sampling or accidental sampling method and then obtained the number of sample as much as 150 respondents. The data in this research was obtained by questionnaire that filled independently. The data analysis model used in this research is Structural Equation Modelling (SEM). The results of this research prove and give the conclusion that: (1) product has a positive and significant influence on purchasing decisions, (2) price has a positive and significant influence on purchasing decisions, (3) promotion has a positive and not significant influence on purchasing decisions, (4) location has a negative and not significant influence on purchasing decisions, (5) product has a positive and significant influence on loyalty, (6) price has a negative and not significant influence on loyalty, (7) promotion has a negative and not significant influence on loyalty, (8) location has a positive and significant influence on loyalty, and (9) purchasing decision has a positive and significant influence on loyalty.

Keyword : Keywords: Product, Price, Promotion, location, purchasing decisions, Loyalty