

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI (studi pada konsumen
produk Pepsodent Di Semarang)**

ARYUNINGSIH

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

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

Email : aiiiu_mOet@yahoo.co.id

ABSTRAK

ABTRAKSI

Tujuan penelitian menganalisis pengaruh bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi dan distribusi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling yang dilakukan dengan cara mengambil subyek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Data yang terkumpul dianalisa dengan menggunakan regresi linier berganda Hasil penelitian (a) produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (b) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (c) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (d) distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil menunjukkan bahwa variabel harga merupakan faktor paling dominan dalam keputusan pembelian, hal ini disebabkan oleh koefisien harga paling tinggi yang diikuti oleh variabel distribusi.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Distribusi dan Keputusan Pembelian

**THE EFFECT ANALYSIS OF MARKETING MIX ON PURCHASING
DECISION OF TOOTH PASTE (studies on consumer products
pepsodent in Semarang)**

ARYUNINGSIH

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

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

Email : aiiiu_mOet@yahoo.co.id

ABSTRACT

Abstract

The purpose of research analyzing the effect of the marketing mix which includes product, price, promotion and distribution. The sample used in this study were 100 respondents with a sampling technique was purposive sampling is done by taking the subject is not based on strata, random or area but based on the presence of a particular purpose. The collected data were analyzed using multiple linear regression results (a) the product influenced positive and significant impact on purchasing decisions. (b) prices influenced positive and significant impact on purchasing decisions. (c) the promotion influenced positive and significant impact on purchasing decisions. (d) the distribution of positive and significant impact on purchasing decisions. The result showed that the price variable is the most dominant factor in purchasing decisions, this is due to the coefficient of the highest price, followed by a variable distribution.

Keyword : Produk, Harga, Promosi, Distribusi dan Keputusan Pembelian