

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ALDILA RESTO DI SEMARANG

MARTA RAYA ANORO JOHAR

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas , Universitas Dian

Nuswantoro Semarang

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

Email : babyboy_aya@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh marketing mix produk, harga , promosi, tempat , orang , lingkungan fisik dan proses terhadap pengambilan keputusan pembelian ikan bakar di rumah makan Aldila Semarang. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari responden yang merupakan pengunjung dari Aldila Resto Semarang. Teknik analisis yang digunakan untuk menganalisa pengaruh marketing mix produk, harga , promosi, tempat , orang , lingkungan fisik dan proses terhadap pengambilan keputusan pembelian ikan bakar di rumah makan Aldila Semarang menggunakan metode Uji Kuesioner, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis. Analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa produk, promosi, tempat, orang dan proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Aldila Resto Semarang, sedangkan harga dan lingkungan fisik tidak terdapat pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian di Aldila Resto Semarang

Kata Kunci : produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik, proses dan keputusan pembelian

EFFECT OF MARKETING MIX TOWARD DECISIONS TO PURCHASE ON ALDILA RESTO IN SEMARANG

MARTA RAYA ANORO JOHAR

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas , Universitas Dian

Nuswantoro Semarang

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

Email : babyboy_aya@yahoo.com

ABSTRACT

The studies aimed to analyze the effect of marketing mix of product, price, promotion, place, people, physical environment and process for making decisions on the purchase of grilled fish in a restaurant Aldila Semarang. The data used in The studies were obtained from respondents who were visitors from Aldila Resto Semarang. Analytical techniques used to analyze the influence of marketing mix of product, price, promotion, place, people, physical environment and process for making decisions on the purchase of grilled fish in a restaurant Aldila Semarang Questionnaire Test methods, Test Assumptions Classical Multiple Linear Regression Testing, Testing Hypothesis . Analyzes carried out show that the product, promotion, place, people and processes have a positive and significant impact on purchasing decisions in Aldila Resto Semarang, while the price and there is no influence of the physical environment in a positive and significant impact on purchasing decisions in the Aldila Resto Semarang

Keyword : product, price, promotion, place, people, physical environment, process and purchase decision