

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHAMPO PANTENE (Studi pada
Swalayan ADA Siliwangi Semarang)**

SAIFUL BASRI

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang
URL : <http://dinus.ac.id/>
Email : 211200701329@mhs.dinus.ac.id*

ABSTRAK

Abstrak

Keputusan pembelian adalah keputusan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Proses psikologis dasar memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Perusahaan yang cerdas berusaha untuk memahami proses keputusan pembelian konsumen secara penuh, semua pengalaman mereka dalam pembelajaran, memilih, menggunakan dan bahkan menyingkirkan produk. Banyak faktor dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya adalah bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh produk, harga, saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen membeli shampo Pantene di Kota Semarang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti.. Sampel yang dipilih berjumlah 100 konsumen. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa :1) Harga merupakan faktor terbesar dan paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian.2). Promosi merupakan faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian. 3). Produk merupakan faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian. 4). Distribusi merupakan faktor keempat yang mempengaruhi keputusan pembelian.

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

ANALYSIS OF MARKETING MIX OF PURCHASE DECISION Pantene SHAMPOO PRODUCTS (Study on Self ADA Siliwangi Semarang)

SAIFUL BASRI

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

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

Email : 211200701329@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Abstract

Purchase decision is the decision as an action selection of two or more alternative options. Basic psychological processes play an important role in understanding how consumers actually make their buying decisions. Smart companies are trying to understand the consumer buying decision process in full, all of them in the learning experiences, selecting, using and even get rid of the product. Many factors can influence purchasing decisions, one of which is the marketing mix consists of product, price, channels of distribution and promotion. The purpose of this study was to analyze the effect of product, price, channels of distribution and promotion of their purchasing decisions

The population in this study is that consumers buy Pantene shampoo in Semarang city is not known for sure .. The selected sample amounted to 100 consumers. Methods of data collection using interviews, observation and questionnaires. The analysis technique used is multiple regression.

The results showed that: 1) Price is the largest and most dominant factor affecting the decision pembelian.2). Promotion is a second factor influencing the purchase decision. 3). Product is a third factor that affects purchasing decisions. 4). Distribution of the four factors that influence purchasing decisions.

Keyword : Product, Pricing, Distribution Channels, Promotion, Purchase Decision