

ABSTRAK

Deistiatri Nur An Nuruul, Pengaruh Bauran Pemasaran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Sushi Boon Dago. Dibimbing oleh Dewi Turgarini S.S.,MM.Par dan Agus Sudono, SE,.M.M.,

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Sushi Boon Dago. Penulis melakukan penelitian karena melihat adanya penurunan penjualan di restoran Sushi tersebut. Hal tersebut diduga berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen yang terus menurun. Salah satu yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah bauran pemasaran yang merupakan alat untuk mencapai tujuan pemasaran. Variabel dalam penelitian ini yaitu produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, proses, dan keputusan pembelian. Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif dan verifikatif. Penulis menyebarkan kuesioner yang telah diuji validitas dan realibilitasnya kepada sampel yang berjumlah 100 orang responden. Metode analisis yang digunakan antara lain analisis regresi berganda, analisis korelasi, analisis determinasi, uji f dan uji t dengan bantuan *Microsoft Excel 2013* dan *SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 22*. Hasil penelitian ini diperoleh data bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Sushi Boon Dago. Produk, lokasi, bukti fisik, dan proses memiliki pengaruh kuat yang positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Sushi Boon Dago.

Kata Kunci :Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Deistiatri Nur An Nuruul, The Influence of Marketing Mix Analysis to Buying Decision at Sushi Boon Dago , Supervised by Dewi Turgarini S.S.,MM.Par dan Agus Sudono, SE,.M.M.

The purpose of this research is to know how big marketing mix influence buying decision at Sushi Boon Dago. The author choosed this topic because seeing their sales decline. The authors prediction is the sales decline because buying decision is decline too. One thing affects of buying decision is Marketing Mix, Marketing Mix as a tool to achieve the goal of Marketing purpose. The variables of this research are product, price, location, promotion, people, physical evidence, process, and purchase Decision. The methode of this research is descriptive and verification. The authors distributed questionnaires has been tested for validity and realibility to 100 respondents. The analytical methods used regression analysis, correlation analysis, determination analysis, f test and t test with Microsoft Excel 2013 and SPSS 22 as application for search result. Marketing mix has influence to buying decision at Sushi Boon Dago. Products, Locations, Physical Evidence, and Process has strong positive influence to buying decision at Sushi Boon Dago.

Keywords: Marketing Mix, Buying Decision