

Farhan Heryanda, 12219259

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI JANJI JIWA DI CABANG PALEM SEMI KARAWACI: STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN DI PERUMNAS KARAWACI TANGERANG

Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2023

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian serta untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan terhadap keputusan pembelian kopi Janji Jiwa di cabang Palem Semi Karawaci.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif, tahap uji yang dilakukan adalah: uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrument kuesioner, dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non probability sampling dengan menggunakan rumus lemeshow. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian. Secara simultan variabel produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian serta variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel produk.

Kata Kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi, Keputusan Pembelian

(xiv + 58 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2012 – 2023)