

ABSTRACT

NUR FADILAH : The influence of Marketing Mix on the Purchase Decision of Petis Tuna H.Diya Kelurahan Banyuanyar Kabupaten Sampang". Pribanus Wantara and Yustina Chrismardani.

The objective of this research was to know the influence of the marketing mix which consisted of Product, Price, Distribution, and Promotion on the consumer purchase decisions, simultaneously and partially to determine which variable had the dominant influence on the consumer purchase decisions Petis Tuna H . Diya kelurahan banyuanyar kabupaten sampang.

The object of this study was the consumer of the product Petis Tuna H.Diya kelurahan banyuanyar kabupaten Sampang with a sample of 50 consumers. Data analysis techniques used for this hypothesis was Linear regression using the F test and t test. Based on the research result of Linear regression models systematically as follows:

The Results of F test that the Marketing mix which consisted of product, price, distribusi, and promotion had a significant and simultaneously influence on purchasing decisions of petis Tuna H.Diya kelurahan banyuanyar kabupaten sampang.

The result of t test showed that the variables of product, price, promotion significantllinti had a significant influences on the purchase decision, while the distribution did not had significant influence on the purchase decision.

Key words: Product, Price, Distribution, Promotion and Purchasing Decisions

ABSTRAK

NUR FADILAH 09.02.000.111.58. PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PETIS IKAN TUNA H.DIYA (*Studi Pada Masyarakat Kelurahan Banyuanyar Kabupaten Sampang*). Dibimbing oleh Dr.H.Pribanus Wantara, Drs.,MM dan Yustina Chrismardani, S.Si,MM

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Bauran Pemasaran yang terdiri dari Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi secara signifikan baik secara simultan maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen dan untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Produk Petis Ikan Tuna H.Diya Kelurahan Banyuanyar Kabupaten Sampang.

Objek penelitian ini adalah konsumen dari produk Petis Ikan Tuna H.Diya Kelurahan Banyuanyar Kabupaten Sampang dengan sampel sebanyak 50 konsumen. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis ini adalah menggunakan regresi Linier Berganda dengan memakai uji F dan uji t. Berdasar hasil penelitian model regresi Linier Berganda secara sistematis sebagai berikut :

Hasil analisis penelitian menunjukkan secara simultan dengan menggunakan uji F. Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Produk Petis Ikan Tuna H.Diya Kelurahan Banyuanyar Kabupaten Sampang

Secara parsial dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel produk, harga, promosi berpengaruh signifikan, sedangkan variabel distribusi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Produk Petis Ikan Tuna H.Diya Kelurahan Banyuanyar Kabupaten Sampang. Variabel produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Produk, Harga, Promosi, distribusi dan Keputusan Pembelian