

ABSTRAKSI

Debby Rosita Aryansari, 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Baju Eren Kediri, Skripsi, Dosen Pembimbing (I) Kukuh Harianto, S.E.,MM. Dosen Pembimbing (II) Nur Ali Agus Z, S.Sos.,MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi dan Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Baju Eren Kediri.

Adapun variabel penelitian ini adalah produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), lokasi (X_4) dan keputusan pembelian (Y). Lokasi penelitian di Toko Baju Eren Kediri. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, studi pustaka dan kuesioner. Sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan uji hipotesis dengan menggunakan program *software* SPSS versi 22.0.

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi linier berganda, terbukti bahwa variabel produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), dan promosi (X_4) secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu pada Toko Baju Eren Kediri. Ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} sebesar 274,033 dengan sig. 0,000. Uji t menunjukan bahwa variabel produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), lokasi (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini ditunjukkan dari nilai t_{hitung} untuk variabel X_1 sebesar 6,588, variabel X_2 sebesar 2,153, variabel X_3 sebesar 3,380 dan untuk variabel X_4 sebesar 6,273 dengan tingkat kepercayaan 95%. Uji hipotesis menunjukan bahwa (R^2) adalah 0,925. Artinya variabel produk, harga, promosi dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 9,25%.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian