

## ABSTRAK

Penelitian empiris ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel produk, harga, distribusi, dan promosi secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian pada toko Karung Subur di Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten. Hal ini didasari keputusan pembelian yang akan dilakukan seseorang terhadap suatu produk yang akan dikonsumsinya akan tergantung dari harga, kualitas produk, distribusi, promosi. *Marketing mix* ini merupakan inti daripada sistem pemasaran oleh karena itu perusahaan harus dapat memperhitungkan secara matang keputusan mengenai perencanaan kualitas produk, harga, saluran distribusi dan promosi dalam rangka meningkatkan pemasarannya.

Penelitian ini merupakan penelitian survey yang mana informasinya dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan mengambil sampel dari suatu populasi dengan populasi penelitian adalah seluruh konsumen pembeli karung pada toko Karung Subur di Kecamatan Delanggu Kabupaten Klaten. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan dengan suatu pertimbangan tertentu dengan cara menentukan terlebih dahulu kriteria responden. Sebanyak 100 kuesioner dibagikan kepada responden terpilih dan digunakan sebagai analisis statistik.

Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen ini meliputi : harga, kualitas produk, distribusi, promosi, sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian. Sebelum penelitian dilakukan pengujian instrumen yaitu pengujian validitas dan reliabilitas terhadap item-item variabel penelitian. Hasil pengujian validitas diperoleh nilai  $r_{hitung}$  dari semua item variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari nilai 0,05.

Sehingga kuesioner dari variabel-variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, begitu pula pada pengujian reliabilitas menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari nilai 0,6, sehingga item-item tersebut sah sebagai instrument penelitian.

Hasil analisis dengan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa : (1) Variabel produk, harga, distribusi, dan promosi secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Karung Subur, Kabupaten Klaten; dan (2) produk, harga, distribusi, dan promosi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Karung Subur, Kabupaten Klaten.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Distribusi, Promosi, Keputusan Pembelian