

# ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO BUKU YUSUF AGENCY DI YOGYAKARTA

DIAH PERTIWI  
NIM: 141130131

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta  
(diahpertiwi25@gmail.com)

## ABSTRAKSI

Penelitian dilakukan pada toko buku Yusuf Agency di Yogyakarta. Pengambilan data Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Bauran Pemasaran (produk, harga, lokasi, dan promosi) terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Buku Yusuf Agency di Yogyakarta. Variabel independent yang digunakan adalah produk (X1), harga (X2) lokasi (X3), dan promosi (X4), sedangkan untuk variabel dependent pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah survey, dimana peneliti merumuskan masalah yang baru dengan mengidentifikasi melalui hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert, dimana responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Bauran Pemasaran (produk, harga, lokasi, dan promosi) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (5) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.