

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FREMILT THAI TEA DI SLEMAN YOGYAKARTA
(Survey Terhadap Konsumen Fremilt Thai Tea di Sleman Yogyakarta)

Tatang Rudiansyah
141140494

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
Tatangrudiansyah15@gmail.com
085369351771

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara bersama-sama produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian Fremilt Thai Tea di Sleman Yogyakarta. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Fremilt Thai Tea di Sleman Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan diperoleh sebanyak 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner dan data sekunder berupa data penjualan Fremilt Thai Tea. Pengolahan data kuesioner menggunakan *software* SPSS versi 16.0. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Fremilt Thai Tea pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan nilai R Square sebesar 0.602, artinya 60.2% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dan sisanya yaitu 39.8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, keempat variabel independen yang terdiri dari Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi bernilai positif dan signifikan.

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