

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SUSU BUBUK KAMBING ETAWA AGRO PRIMA
DI DUSUN KEMIRIKEBO DESA GIRIKERTO
KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN
YOGYAKARTA**

Oleh : Sherli Pratiwi
Dibimbing oleh : Budiarto dan Indah Widowati

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan lokasi) terhadap keputusan pembelian susu bubuk kambing etawa di Etawa Agro Prima. Metode dasar yang digunakan yaitu metode deskriptif. Metode pelaksanaan penelitian menggunakan metode survei. Metode penentuan lokasi menggunakan metode *puposive sampling*. Metode pengambilan responden yang digunakan yaitu metode *accidental sampling*. Macam data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data adalah koisioner, wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukan bahwa diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 103,276 dengan signifikansi 0,000. F_{tabel} yang diketahui dengan alpha 0,05 sebesar 2,64. Hasil perhitungan tersebut menunjukan F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} , yaitu $103,276 > 2,64$ dengan signifikan yg lebih kecil dibandingkan alpha, yaitu $0,000 < 0,005$. Hasil analisis menunjukan bahwa bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan lokasi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu bubuk kambing etawa di Etawa Agro Prima

Kata kunci : *bauran pemasaran, produk, harga, promosi, lokasi, keputusan pembelian*

**THE EFFECT OF MARKETING MIX ON THE PURCHASE DECISION OF
ETAWA GOAT MILK POWDER OF AGRO PRIMA IN KEMIRIKEBO
HAMLET, GIRIKERTO VILLAGE, TURI DISTRICT, SLEMAN REGENCY,
YOGYAKARTA**

By: Sherli Pratiwi
Supervised by: Budiarto and Indah Widowati

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the marketing mix (product, price, promotion and location) on the purchase decision for etawa goat milk powder at Etawa Agro Prima. The basic method used is a descriptive method. The method of conducting research uses a survey method. The method of determining the location uses the method of purposive sampling. The respondent taking method used is the accidental sampling method. The types of data used are primary data and secondary data. The data collection techniques are questionnaire, interview and observation. The results of the study showed that the value of F_{hitung} obtained with the significance on 0,000. F_{tabel} known by 0,05 alpha of 2,64. The results of these calculations show that F_{hitung} greater than F_{tabel} , namely $103,276 > 2,64$ with the significance that is smaller than the alpha, namely $0,000 < 0,05$. The results of the analysis show that the marketing mix (product, price, promotion and location) influences the decision to purchase etawa goat milk powder at Etawa Agro Prima.

Keywords: marketing mix, product, price, promotion, location, purchase decision