

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI DONAT MADU CIHANJUANG
PERINTIS YOGYAKARTA**

Almira Cindy Khaerunisa

Dibimbing oleh Indah Widowati dan Budiarto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) terhadap keputusan pembelian konsumen di Donat Madu Cihanjuang Perintis Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode pelaksanaan penelitian menggunakan metode survei. Metode penentuan lokasi dilakukan secara *purposive*. Metode pengambilan responden dilakukan secara *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 80 orang. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu pengamatan dan wawancara. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis menggunakan uji regresi linier berganda dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,880 atau sebesar 88%. Hasil Uji F dan Uji T menunjukkan bahwa bauran pemasaran produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Donat Madu Cihanjuang secara simultan dan secara parsial. Faktor yang paling berpengaruh adalah harga dengan nilai 3,867.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian Konsumen, Regresi Linier Berganda

**THE EFFECT OF MARKETING MIX ON THE
CONSUMER PURCHASING DECISIONS
IN DONAT MADU CIHANJUANG
PERINTIS YOGYAKARTA**

Almira Cindy Khaerunisa
Supervised by Indah Widowati and Budiarto

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of marketing mix, namely product, price, location, promotion, people, the process, and physical evidence on the decision of consumer purchasing at Donat Madu Cihanjuang Perintis Yogyakarta. This research used a descriptive method. The method of this research uses the survey method. The method of determining the location was done with purposive method. The method of taking respondents was done by accidental sampling with 80 respondents. Types and sources of data used are primary and secondary data. Data collection methods used are observation and interviews. The instrument testing uses a validity test and a reliability test. The analysis technique uses multiple linear regression tests with Adjusted R Square value of 0.880 or 88%. The results of the F-Test and T-Test showed that the marketing mix of the product, price, location, promotion, people, people, process, and physical evidence influenced the consumer purchasing decisions in Donat Madu Cihanjuang both simultaneously and partially. The most influential factor was price with a score 3,867.

Keywords: Marketing Mix, Consumer Purchasing Decisions, Multiple Linear Regression