

ABSTRAK

Hastin Duratun Nafisah, Nomor Mahasiswa 152160122, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian judul “Pengaruh Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Minat Beli pada Konsumen Bakpia Kukus Tugu Jogja”, 2020. Dosen Pembimbing Drs. Susanta, M.Si dan Drs. Indro Herry Mulyanto, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Minat Beli pada Konsumen Bakpia Kukus Tugu Jogja pada Pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja di Outlet Malioboro Mall. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 69 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Nonprobability Sampling* dengan *Sampling Purposive*. Analisis Data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Inferensial yang menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) menggunakan *SmartPLS 3.0*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Promosi (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Z) dengan t nilai t- hitung 3.304 dan nilai sig sebesar 0.001. Distribusi (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Z) dengan nilai t- hitung 3.696 dan nilai sig sebesar 0,000. Promosi (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan t-hitung sebesar 2.994 dan nilai sig sebesar 0.003. Distribusi (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai t- hitung sebesar 2.568 dan nilai sig sebesar 0.006. Minat Beli (Z) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai t- hitung sebesar 3.616 dan nilai sig sebesar 0.000. Promosi (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Minat Beli (Z) dengan nilai t-hitung 2.448 dan nilai sig sebesar 0,015. Distribusi (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Minat Beli (Z) dengan nilai t-hitung sebesar 2.339 dan nilai sig sebesar 0.020.

Berdasarkan hasil penelitian, harus dapat meningkatkan strategi Bakpia Kukus Tugu Jogja yaitu dengan melakukan promosi secara konsisten dan menunjukkan testimoni pengalaman positif dari konsumen serta memilih tempat/*stand* yang sering dilalui ketika wisatawan berkunjung ke Malioboro Mall. Promosi dan Distribusi dapat membuat Minat Beli konsumen dan berdampak terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Promosi, Distribusi, Minat Beli, Keputusan Pembelian