

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK
(STUDI PADA SHOW ROOM ALLEIRA BATIK DI JAKARTA)**

SKRIPSI

Program Studi Ekonomi Pemasaran



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2017

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BATIK
(STUDI PADA SHOW ROOM ALLEIRA BATIK DI JAKARTA)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1



Disusun Oleh :

BUDHI CAHYO PURNOMO

041201503125143

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

JAKARTA

2017

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel produk, harga, tempat, promosi dan orang terhadap keputusan pembelian di Show room Alleira Batik kawasan Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian sebanyak 2 kali di Alleira Batik yang jumlahnya tidak teridentifikasi. Sedangkan sampel diambil sebanyak 77 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik analisis data ini adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Show room Alleira Batik dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, harga dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$, lokasi dengan nilai signifikan $0,102 > 0,05$, promosi dengan nilai signifikan $0,441 > 0,05$ dan variabel orang memiliki nilai signifikan $0,033 < 0,05$. Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa produk, harga, lokasi, promosi dan orang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Show Room Alleira Batik kawasan Jakarta dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran; Produk; Harga; Lokasi; Promosi; Orang; Keputusan Pebelian.

ABSTRACT

The Purpose of this research is to know the influence of variable product, price, place, promotion and people against purchasing decisions in the Show room Alleira Batik at Jakarta. The population in this research is that consumers make purchases twice in Alleira Batik of unidentified number. While the sample taken as many 77 respondents by using purposive sampling technique of sampling. Technique of data analysis this is a multiple linear regression analysis. Based on the results of the study show that partially significantly to influential product purchase decisions Show room Alleira Batik with significance values $0,000 < 0,05$, price with significance $0,002 < 0,05$, the location with the significance $0,102 > 0,05$, promotion with a value significance $0,441 > 0,05$ and people have value significance $0,033 < 0,05$. While similtant showing that products, prices, locations, promotions and people influential significantly to purchase decisions at Show room Alleira Batik Jakarta with significance values $0,000 < 0,05$.

Key words: *Marketing Mix; Product; Price; Place; Promotion; People; Purchase Decision.*

