

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Marketing Mix* (4P) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Adam Tani” ditulis oleh Muhamad Choirul Muhan, NIM. 17402163174, Pembimbing Dr. H. Mashudi, M. Pd. I.

Penelitian ini dilatarbelakangi keberhasilan dalam menjalankan usaha ritel salah satunya adalah kemampuan dalam menjalankan pemasaran. dalam hal ini adalah penetapan strategi yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Pemasaran disini dapat disebut *Marketing Mix* (variabel produk, harga lokasi, dan promosi) dan juga kualitas pelayanan yang diberikan. Kita melihat semakin hari semakin banyak usaha sejenis yang menjadikan pesaing semakin banyak juga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan Pengaruh *Marketing Mix* (4P) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Adam Tani.

Rumusan masalah di penelitian ini adalah (1) apakah variabel produk, harga, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada UD. Adam Tani; (2) apakah variabel produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada UD. Adam Tani. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pengaruh variabel produk, harga, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada UD. Adam Tani; (2) mengetahui pengaruh variabel produk, harga, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada UD. Adam Tani.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah pembeli/pelanggan di UD. Adam Tani. Dalam pengambilan sampel digunakan sampel jenuh. Tehnik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian angket. Jumlah responden adalah 60 orang. Tehnik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji multikorelasi, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji parsial, uji simultan, dan analisis koefisien determinasi.

Adapun hasil dari penelitian ini adalah; (1) hipotesis dalam penelitian ini diterima dengan kesimpulan bahwa variabel produk, harga, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada UD. Adam Tani. (2) hasil perhitungan menyatakan bahwa variabel produk, harga, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada UD. Adam Tani. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “ada pengaruh variabel produk, harga, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada UD. Adam Tani”

Kata kunci: *Marketing Mix* (4P), Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Marketing Mix (4P) and Service Quality on Purchase Decisions at UD. Adam Tani" written by Muhamad Choirul Muhan, NIM. 17402163174, Supervisor Dr. H. Mashudi, M. Pd. I.

This research is motivated by success in running a retail business, one of which is the ability to run marketing. In this case is the determination of strategies that can attract consumers to make purchases. Marketing here can be called the Marketing Mix (product variables, location prices, and promotions) and also the quality of services provided. We see more and more similar businesses that make more and more competitors as well. The purpose of this study was to reveal the influence of marketing mix (4P) and service quality on purchasing decisions at UD. Adam Tani.

The formulation of the problem in this study is (1) whether product, price, location, promotion, and service quality variables have a partial effect on purchasing decisions at UD. Adam Tani; (2) whether product, price, location, promotion and service quality variables have a simultaneous effect on purchasing decisions at UD. Adam Tani. This study aims to (1) determine the effect of product, price, location, promotion, and service quality variables partially on purchasing decisions at UD. Adam Tani; (2) determine the effect of product, price, location, promotion, and service quality variables simultaneously on purchasing decisions at UD. Adam Tani.

This study uses a quantitative approach. The population of this research are buyers/customers at UD. Adam Tani. In sampling, saturated samples were used. The technique of data collection is done by filling out a questionnaire. The number of respondents is 60 people. The analysis technique used is validity test, reliability test, multicorrelation test, classical assumption test, multiple regression analysis, partial test, simultaneous test, and analysis of the coefficient of determination.

The results of this study are; (1) the hypothesis in this study is accepted with the conclusion that the product, price, location, promotion, and service quality variables have a partial effect on purchasing decisions at UD. Adam Tani. (2) the calculation results state that product, price, location, promotion, and service quality variables have a simultaneous effect on purchasing decisions at UD. Adam Tani. Thus it can be concluded that "there is an effect of product, price, location, promotion, and service quality variables on purchasing decisions at UD. Adam Tani"

Keywords: Marketing Mix (4P), Service Quality, Purchase Decision