

INTISARI

Penelitian ini membahas tentang pengaruh faktor bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di Hero Swalayan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor bauran pemasaran mana, diantara faktor produk, harga, promosi dan lokasi yang memiliki pengaruh pada keputusan pembelian di Hero Swalayan Yogyakarta dan untuk menganalisis faktor bauran pemasaran yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian di Hero Swalayan Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian analisis regresi, secara kolektif, empat faktor bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Hero Swalayan dan harga adalah variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari hasil ini menunjukkan bahwa pengelola swalayan harus mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, khususnya faktor-faktor harga.

Kata kunci : bauran pemasaran, keputusan pembelian, swalayan

ABSTRACT

This research discussed about the effect of marketing mix factor on buying decision in Hero Supermarket. It aimed to analyze the extent to which marketing mix factor including product factor (X1), price (X2), promotion (X3) and location (X4) effected on the buying decisions in Hero Supermarket in Yogyakarta and to analyze marketing mix factors effecting strongly on buying decisions in Hero Supermarket in Yogyakarta. Based on the results of regression analysis, collectively the four marketing mix factors effected on the buying decisions in Hero Supermarket and the price was the dominant variable effecting the consumers's buying decisions. From the result it was suggested that the supermarket operators should consider the factors, especially the price factors.

Keywords : marketing mix, buying decision, supermarket