

## ABSTRAK

Nawawi, Imam. 2013. SKRIPSI. Judul:“ Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Sari Buah Pada Laboratorium Home Agroindustri Model”

Pembimbing : Dr. H. Nur Asnawi, MA.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian

---

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk minuman buah di Laboratorium Home Agroindustri Model Malang. Karena pada dasarnya perusahaan tidak dapat mengoptimalkan operasional industry tanpa suatu strategi tertentu. Maka dari itu beuran pemasaran diperlukan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode uji asumsi klasik, uji F, uji T, dan analisis regresi linier berganda. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner yang disebar kepada 80 responden konsumen Laboratorium Home Agroindustri Model Malang. Sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling yang merupakan pemilihan sampel secara acak. Variabel independen yang diteliti yaitu: bauran pemasaran (X) yang terdiri dari produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), dan distribusi ( $X_4$ ), dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen minuman buah di Laboratorium Home Agroindustri Model Malang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh persamaan:

$$Y = 0,277 + 0,574X_{1,1} + 0,327X_{1,2} + 0,591X_{1,3} + 0,462X_{1,4} + 0,05$$

Dari hasil analisis regresi linear berganda diperoleh hasil bahwa variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), dan distribusi ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) minuman sari buah pada Laboratorium Home Agroindustri Model secara linear. Dan variabel yang paling berpengaruh adalah produk ( $X_1$ ) dengan kontribusi sebesar 51,7%. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,620, artinya 62% keputusan pembelian minuman sari buah tersebut dipengaruhi oleh variabel bauran pemasaran, sedangkan sisanya yaitu 38% dipengaruhi oleh variabel lain. Melalui uji F dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis menggunakan uji T menunjukkan bahwa dari keempat variabel independen terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen.