

## ABSTRAK

Mawaddah, Ida. 2024. Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Tape Bakar di Bondowoso (Studi Multisitus *Home Industry* Tape 999 dan *Home Industry* Tape Tiga Bintang di Bondowoso). Skripsi, Program studi Ekonomu, Fakultas Sosial Humaniora, Universitas Nurul Jadid, Paiton Probolinggo. Dosen Pembimbing: Bapak Muh. Hamzah, MM.

**Kata Kunci:** Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap keputusan pembelian pada Home Industry Tape 999 dan Home Industry Tape Tiga Bintang di Bondowoso. Metode Penelitian kuantitatif yaitu dengan menitikberatkan pada pengujian hipotesis menggunakan data terukur dengan menggunakan skala likert. Metode penentuan sampel adalah *Purposive Sampling* sebanyak 120 orang. Metode analisis menggunakan Uji Validitas, Uji reabilitas, Uji regresi sederhana, Uji T, Uji F dan Koefisien Determinasi.

Hasil olah data SPSS 26 pada Home Industry 999 menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel produk terhadap keputusan pembelian, dibuktikan nilai  $T_{hitung} 3.563 > 0.1793$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$ . (2) Terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel harga terhadap keputusan pembelian, dibuktikan nilai  $T_{hitung} 0,013 > 0.1793$  dengan signifikan  $-2.534 < 0,05$ . (3) Terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel tempat terhadap keputusan pembelian, dibuktikan nilai  $T_{hitung} 4.982 > 0.1793$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$ . (4) Tidak terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel promosi terhadap keputusan pembelian, dibuktikan nilai  $T_{hitung} -0,621 < 0.1793$  dengan signifikan  $0,536 > 0,05$ . (5) Terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel orang terhadap keputusan pembelian, dibuktikan nilai  $T_{hitung} -4.090 > 0.1793$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$ . (6) Terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel proses terhadap keputusan pembelian, dibuktikan nilai  $T_{hitung} 3.765 > 0.1793$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$ . (7) Terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel bukti fisik terhadap keputusan pembelian, dibuktikan nilai  $T_{hitung} 4.701 > 0.1793$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$ . Dan secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan  $F_{hitung} 42.420 > F_{tabel} 2,09$ , dengan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ .

Dari hasil olah data SPSS 26 pada Home Industry Tiga Bintang menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel produk terhadap keputusan pembelian, dibuktikan nilai  $T_{hitung} 3.221 > 0.1793$  dengan signifikan  $0,002 < 0,05$ . (2) Terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel harga terhadap keputusan pembelian, dibuktikan nilai  $T_{hitung} 5.409 > 0.1793$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$ . (3) Terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel tempat terhadap keputusan pembelian, dibuktikan nilai  $T_{hitung} 3.887 > 0.1793$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$ . (4) Terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel promosi terhadap keputusan pembelian,

dibuktikan nilai  $T_{hitung} -2.833 > 0.1793$  dengan signifikan  $0,005 < 0,05$ . (5) Terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel orang terhadap keputusan pembelian, dibuktikan nilai  $T_{hitung} 4.188 > 0.1793$  dengan signifikan  $0,001 < 0,05$ . (6) Tidak terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel proses terhadap keputusan pembelian, dibuktikan nilai  $T_{hitung} -1.239 < 0.1793$  dengan signifikan  $0,218 > 0,05$ . (7) Tidak terdapat pengaruh positif signifikan pada variabel proses terhadap keputusan pembelian, dibuktikan nilai  $T_{hitung} 0,428 < 0.1793$  dengan signifikan  $0,670 > 0,05$ . Kemudian secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan  $F_{hitung} 21.848 > F_{tabel} 2,09$ , dengan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ .

