

# **ANALYSIS MIX OF MARKETING TO PURCHASING DECISIONS YAKULT**

**By**

**MITA ARIYANTI**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of marketing mix including product, price, and place/distribution channel, either simultaneously or partially to the purchase decision at consumer yakult in Rawajati Urban Village, South Jakarta. This type of research uses quantitative data and uses primary data sources. The population of this study is yakult consumers in Rawajati Urban Village, South Jakarta. The sampling technique used was nonprobability sampling and with the technique obtained 100 people as sample. Data collection techniques used were with questionnaires. Data analysis method used is partial least square (PLS). The result of data analysis shows that: (1) The product has positive and significant effect to consumer purchase decision with tcount of 5,162 and significance value equal to 0,000; (2) Price has negative and not significant effect to consumer purchase decision with tcount value of 0,311 and significance value equal to 0,756; (3) Distribution Place / Channel has positive and significant effect on consumer purchase decision with t calculate 2,259 and significance value equal to 0,024. Coefficient of Determination R<sup>2</sup> of 0.759 can be interpreted that 75.9% of consumer purchasing decision yakult in Rawajati Urban Village, South Jakarta is influenced by product variables, price, place / distribution channel while the rest of 24,1% influenced by other variable outside this research.*

*Keywords: Product, Price, Place / Distribution Channel, and Purchase Decision*

# **ANALISIS BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAKULT**

**Oleh**

**MITA ARIYANTI**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran meliputi produk, harga, dan tempat/saluran distribusi, baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian pada konsumen yakult di daerah Kelurahan Rawajati, Jakarta Selatan. Jenis penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan menggunakan sumber data primer. Populasi penelitian ini adalah konsumen yakult di daerah Kelurahan Rawajati, Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dan dengan teknik tersebut diperoleh 100 orang sebagai sampel. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah *partial least square* (PLS). Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan thitung sebesar 5,162 dan nilai signifikansi sebesar 0,000; (2) Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai thitung sebesar 0,311 dan nilai signifikansi sebesar 0,756; (3) Tempat/Saluran Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai thitung 2,259 dan nilai signifikansi sebesar 0,024. Koefisien Determinasi R<sup>2</sup> sebesar 0,759 dapat diartikan bahwa 75,9% keputusan pembelian konsumen yakult di daerah Kelurahan Rawajati, Jakarta Selatan dipengaruhi oleh variabel produk, harga, tempat/saluran distribusi sedangkan sisanya sebesar 24,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Produk, Harga, Tempat/Saluran Distribusi, dan Keputusan Pembelian