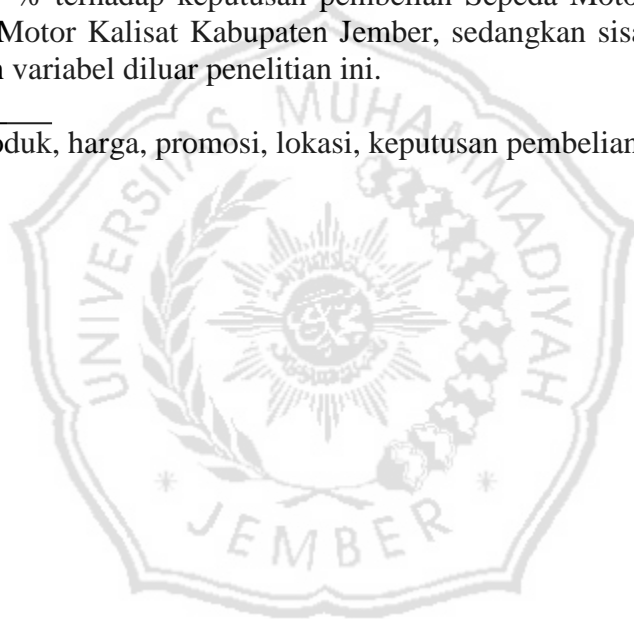


## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak bauran pemasaran (produk, harga, promosi, lokasi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Dealer MPM Motor Kalisat Kabupaten Jember. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli dan pengguna Sepeda Motor Honda. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 50 responden. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan program SPSS versi 21. Hasil analisis regresi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk ( $x_1$ ), harga ( $x_2$ ), promosi ( $x_3$ ), dan lokasi ( $x_4$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dari pengelolaan data taraf signifikansinya (parsial) diperoleh produk (0,000), harga (0,004), promosi (0,002), dan lokasi (0,000), semua variabel berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasinya mendapat sumbangan 69 % terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Honda pada Dealer MPM Motor Kalisat Kabupaten Jember, sedangkan sisanya sebesar 31 % dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Kata kunci: produk, harga, promosi, lokasi, keputusan pembelian.



## **ABSTRACT**

*The aim of this research to analyzed the marketing mix (product, price, promotion, and place) effect to buying decision of dealer MPM Motor cycleKalisat, Jember. in this research collected of data with observation interview and questionnaire. The population in this research is the entire customers that amounths to 50 respondents. A sample of using a method purposive sampling with the number of sample is 50 respondents. The method of used in this research is the method of regression analysis with SPSS IBM version 21 programs.The result of analysis regression in this research show that product (x1), price(x2), promotion (x3), and place (x4), all of them have positive influence to customers statisfaction. And processing of the experimen data t (parcial) is gotten the result of product (0,000), price (0,004), promotion (0,002), place (0,000) all of variable have significant influence to the buying decision. The result of F experiment is gotten (0,000) all variable influence to decision of purchasing. The coefficients determination got contribution from decision of purchasing Honda Motor Cycle at dealer Honda MPM Motor Cycle Kalisat, Jember is 31 % while the rimmender influenced of other variable in outside.*

---

*Key word:product, price, promotion, place, and the buying decision.*

