

ABSTRAK

Semakin banyaknya cara pemenuhan kebutuhan manusia diiringi dengan keinginan manusia yang beragam semakin banyak pula Toserba yang tumbuh dan berkembang merupakan salah satu cara yang dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia. Kian beragamnya jenis Toserba, belakangan ini banyak perusahaan dari Toserba yang bersaing dengan sangat ketat. Peran konsumen dalam melakukan keputusan pembelian cukup penting untuk menentukan pilihannya dalam memenuhi kebutuhan dasar, terlebih bauran pemasaran jasa yang menjadi ujung tombak suatu perusahaan Toserba. Oleh karenanya, maka dilakukan penelitian identifikasi pengaruh bauran pemasaran jasa (X) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) untuk wilayah teliti Toserba Griya Buah Batu - Bandung.

Metode penelitian yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung oleh peneliti di Toserba griya Buah Batu - Bandung di Jalan Buah Batu No. 183 – 185 Bandung, wawancara dengan para karyawan Toserba Griya Buah Batu, hingga dilakukan penyebaran kuesioner terhadap 100 responden. Menggunakan analisis kuantitatif berupa pengujian data reliabilitas, validitas, dan menggunakan alat analisis regresi linier sederhana, uji signifikansi dan juga pengujian determinasi.

Dari penelitian yang telah dilakukan didapat hasil: bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh Toserba Griya Buah Batu, pernyataan dari kuesioner dinyatakan reliabel dan valid, nilai uji signifikansi yang menerima hipotesa H1 yaitu adanya pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, dan pengujian determinasi yang menghasilkan 21,6% sebagai nilai variasi perubahan bauran pemasaran jasa terhadap variasi perubahan keputusan pembelian.

Kata kunci: bauran pemasaran jasa dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

Increasing number of ways the fulfillment of human needs coupled with human desires the more diverse departement store that grow and develop is one way that can meet basic human needs. Increasingly diverse types of departement store, many companies these days of departement store that compete with the very strict. The role of consumers in making purchasing decisions are important enough to make their choice in meeting basic needs, especially the marketing mix who spearheaded the company's departement store. Therefore, identification of the performed studies the influence of marketing mix (X) on consumer purchasing decisions (Y) for the thorough-Bandung Free Toserba Griya branch.

Methods of research conducted by direct observation by researchers at the Toserba Griya branch store in Buah Batu street No. 183 – 185 Bandung, interviews with the employee, to do the spread of the questionnaire to 100 respondents. Using quantitative analysis of test reliability, validity, and using tools analysis simple linear regression, significance testing, and also determination calibration.

From the research that was done we got the result: the marketing mix performed by Toserba Griya Buah Batu, a statement from the otherwise reliable and valid questionnaire, the significance test of the hypothesis H1 is accepted that the influence of service quality on purchase decisions cashier with an error rate of 5%, and testing the result of determination as the variation of 21,6% change in the marketing mix to variations change purchase decisions.

Key words: marketing mix services and purchasing decisions.