

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN THAITEA JANJI SETIA
DI KABUPATEN BENGKULU TENGAH**



SKRIPSI

Oleh:

DWITA AYU RAMADAN
NPM. 19040016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DEHASEN
BENGKULU
2022**

PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN THAITEA JANJI SETIA DI KABUPATEN BENGKULU TENGAH

Oleh

Dwita Ayu Ramadan¹
Rina Trisna Yanti² dan Yanto Effendi³

RINGKASAN

Berkembangnya industri minuman di Indonesia ditandai dengan banyaknya tempat minum yang baru membuka usahanya, salah satunya usaha minuman Thaitea Janji Setia di Kabupaten Bengkulu Tengah.

Tujuan peneliti adalah untuk mengetahui pengaruh tempat, promosi produk dan harga, terhadap keputusan pembelian pada minuman Thaitea Janji Setia Terhadap Di Kabupaten Bengkulu Tengah. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Sampel penelitian ini sebanyak 125 orang responden.

Hasil penelitian dari uji regresi linier berganda menunjukkan $Y = 25,958 + 0,121(X_1) + 0,190(X_2) + 0,180(X_3) + 0,203(X_4) + 6,908$, artinya terjadi hubungan positif atau searah antara tempat (X_1), promosi (X_2), produk (X_3) dan harga (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y) minuman Thaitea Janji Setia di Kabupaten Bengkulu Tengah. Dari hasil uji t variabel tempat (X_1) menunjukkan $t_{hitung} 2,125 > t_{tabel} 1.657$ dan sigfinikasi $0,036 < 0,05$, maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak, berarti tempat (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil uji promosi (X_2) menunjukkan $t_{hitung} 2,017 > t_{tabel} 1.657$ dan sigfinikasi $0,046 < 0,05$, maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak, berarti promosi (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil uji produk (X_3) menunjukkan $t_{hitung} 3,308 > t_{tabel} 1.657$ dan sigfinikasi $0,001 < 0,05$, maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak, berarti produk (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan hasil uji harga (X_4) menunjukkan $t_{hitung} 3,362 > t_{tabel} 1.657$ dan sigfinikasi $0,001 < 0,05$, maka hasil dari hipotesa H_a diterima dan H_o ditolak, berarti harga (X_4) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) minuman Thaitea Janji Setia di Kabupaten Bengkulu Tengah. Hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} maka nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} yaitu $9,181 > 2,68$ maka disimpulkan bahwa hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh simultan antara pengaruh tempat (X_1), promosi (X_2), produk (X_3), harga (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y) minuman Thaitea Janji Setia di Kabupaten Bengkulu Tengah. Hal ini terlihat pada tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Keputusan pembelian, tempat, promosi, produk, harga

1. Calon Sarjana Ekonomi (*Manajemen*)
2. Dosen Pembimbing