

## INTISARI

Kehadiran BO (*Boutique Outlet*), FO (*Factory Outlet*), dan Distro (*Distribution Store*) pun banyak tumbuh di Surabaya. Hadirnya outlet-outlet tersebut mengartikan bahwa kebutuhan dan keinginan konsumen semakin meningkat. Dalam rangka mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen, perusahaan perlu mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Mengidentifikasi hal tersebut perusahaan berusaha menampilkan produk dengan keunggulan-keunggulan produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi serta kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Butik Kupunya Rumah Mode Surabaya.

Pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel dengan metode *nonprobability sampling* yaitu *accidental sampling*. Data penelitian menggunakan kuesioner sebanyak 90 responden yaitu responden yang melakukan pembelian pada Butik Kupunya Rumah Mode Surabaya. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian berdasarkan uji t menunjukkan bahwa produk, harga, lokasi, promosi dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa meningkatnya keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan.

**Kata kunci:** produk, harga, lokasi, promosi, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian.

## **ABSTRACT**

*The existence of BO (Boutique Outlet), FO (Factory Outlet), dan Distro (Distribution Store) grow fast in Surabaya. The arrival of these outlet means that customer needs and desires increases. In order to find out customer needs and desires company is required to indentify and to evaluate what factor is considered by customers before conduct purchasing decision. Company tries to show products with their product advantages based on this identification. This research is meant to find out the influence of marketing mix which consist of product, price, place, promotion and service quality to the purchasing decision at Kupunya Rumah Mode Boutique Surabaya.*

*Quantitative research has been applied in this research with causal research type. The sample collection technique has been done by using nonprofitability sampling method which is accidental sampling. The research data has been done by issuing questionnaires to 90 respondents who have ever purchased at Kupunya Rumah Mode Boutique Surabaya. The analysis technique has been performed by using multiple linear regression.*

*The result of the research which is based on the t-test shows that product, price, place, promotion and service quality partially give significant influence to the purchasing decision. It means that the enhancement of purchasing decisions can be influenced by product, price, place, promotion and service quality.*

**Keywords:** *Product, price, place, promotion, service quality and purchasing decision.*

