

ABSTRACT

In the globalization era, the business competition becomes more intense. In an attempt to deal with the competition, companies are required to have a sustainable competitive advantage. The purpose of this research is to find out the influence of marketing mix which includes product, price, place, promotion to the customer's purchasing decision on PT. Hartono Elektronika Bukit Darmo Boulevard Branch Surabaya.

The population is the customer who has ever done purchasing transaction on PT. Hartono Elektronika Bukit Darmo Boulevard Branch Surabaya. The sample collection technique has been done by using purposive sampling which is the sampling technique by using particular consideration. Meanwhile, 99 respondents have been selected as samples.

The multiple linear regressions analysis has been carried out as analysis technique in order to examine the influence of product, price, place, and promotion factors to the customer's purchasing decision have influences both partial and simultaneous.

The result of the analysis shows that all variables have significant influences to the customer's purchasing decision. It shows that all hypotheses in this research have been proven. Place is the dominant factor which influences the customer's purchasing decision. Moreover, PT. Hartono Elektronika Bukit Darmo Boulevard Branch Surabaya, should pay more attention to the shopping areas i.e. adequate and comfortable shopping facilities which exceed the expectation of the customer.

Keywords: *Product, Price, Place, Promotion, and Customers' Purchasing Decision.*

INTISARI

Pada era globalisasi, persaingan di dunia bisnis semakin ketat. Dalam usaha menghadapi persaingan perusahaan harus perlu memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, promosi terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Hartono Elektronika Cabang Bukit Darbo Boulevard Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian pada PT. Hartono Elektronika Cabang Bukit Darbo Boulevard Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sedangkan sampel diambil sebanyak 99 responden.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh faktor produk, harga, tempat, promosi terhadap keputusan pembelian konsumen secara individu dan pengaruh bersama-sama.

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

Faktor tempat merupakan faktor yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selayaknya PT. Hartono Elektronika Cabang Bukit Darbo Boulevard Surabaya, selalu memperhatikan tempat belanja diantaranya sarana berbelanja yang memadai dan nyaman agar dapat melebihi harapan pelanggan.

Kata Kunci: *Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Keputusan Pembelian Konsumen.*