

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *Restaurant Dermaga Seafood Surabaya*.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen *Restaurant Dermaga Seafood Surabaya*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif dengan data yang digunakan adalah data primer. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik aksidental sampling, sampel total yang digunakan adalah 90 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dibantu software SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran yang terdiri dari: produk, harga, tempat dan promosi, dan variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *Restaurant Dermaga Seafood Surabaya*. Hasil perhitungan tingkat signifikansi masing-masing variabel tersebut tidak melebihi $\alpha = 5\%$. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa semua perumusan hipotesis terbukti berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research is meant to examine and to find out the influence of marketing mix which consists of product, price, place and promotion and service quality to the purchasing decision at Dermaga Seafood restaurant Surabaya.

The population of this research is all customers of Dermaga Seafood restaurant Surabaya. This research is a casual comparative research with the primary data. The sample collection method has been conducted by using non probability sampling with accidental technique, the total samples are 90 respondents. The analysis technique has been carried out by using multiple linear regressions and the SPSS software.

The result of this research shows that marketing mix which consists of product, price, place and promotion and service quality partially give positive influence to the purchasing decision at Dermaga seafood restaurant Surabaya. The result of the calculation of the significance level of each variable is not more than $\alpha = 5\%$. Therefore, it can be concluded that all the formulation of the hypotheses have been proven give significant influence.

Keywords: Mix market, service quality, and purchasing decision.



