

ABSTRAK

Penjualan merupakan hal penting dalam mempertahankan dan memajukan usaha. Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran baik secara parsial maupun simultan dan kontribusi bauran pemasaran terhadap Keputusan Konsumen membeli Yamaha Mio J pada CV. Surya Prima Sentral Yamaha Banjarmasin.

Ada dua variabel yang akan dianalisa dalam penelitian ini, yaitu ; variabel terikat (Dependent Variable) yang disimbolkan dengan Y adalah Keputusan Konsumen membeli Yamaha Mio J dan variabel bebas (Independent Variable) yang disimbolkan dengan X adalah bauran pemasaran yang terdiri dari Produk, Harga, Promosi, dan Tempat.

Populasi dalam penelitian ini setiap bulannya rata-rata 360 dilakukan penarikan sampel dengan teknik *accidental sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 78 orang konsumen.

Data dikumpulkan dengan teknik angket sebagai alat penggali data utama dan ditunjang oleh observasi dan wawancara. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis regresi berganda (multiple regression). Adapun kesimpulan yang diperoleh adalah ;

1. Secara simultan bauran pemasaran (Produk, Harga, Promosi, dan Tempat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha Mio J di CV. Surya Prima Sentral Yamaha Banjarmasin.
2. Secara parsial, keempat variabel independent bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli Yamaha Mio J pada CV. Surya Prima Sentral Yamaha Banjarmasin.
3. Kontribusi yang dapat diberikan bauran pemasaran terhadap Keputusan Konsumen membeli Yamaha Mio J pada CV. Surya Prima Sentral Yamaha Banjarmasin sebesar 88,1%. Sisanya sebesar 11,9% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.