PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAHAN PAMERAN DI GAJAH MADA PLAZA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian lahan pameran di Gajah Mada Plaza dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian lahan pameran di Gajah Mada Plaza.

Populasi dalam penelitian ini adalah para penyewa lahan pameran. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *quota sampling*, yaitu suatu teknik penentuan ukuran sampel yang diambil memenuhi karakteristik populasi dengan ditetapkan batasannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, lokasi dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputussan pembelian. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel produk. Saran penulis adalah harga yang ditetapkan oleh Manajemen Gajah Mada Plaza harus menyesuaikan dengan lokasi yang ditawarkan, dan harus dibantu dengan promosi agar banyak *customer* berkunjung ke Gajah Mada Plaza.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Kata kunci: Produk, Lokasi, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.