

ANALISIS BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKPAO “MEGA JAYA” DI YOGYAKARTA

Mela Furi Andani¹, Suharno², Novita Erma Kristanti²

INTISARI

Mega Jaya merupakan salah satu produsen dan penjual bakpao di Yogyakarta. Penjualan bakpao Mega Jaya mengalami penurunan setiap tahunnya pada bulan Mei – Juli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bauran pemasaran yang bisa menjadi pertimbangan dalam pembuatan strategi pemasaran yang tepat pada fase *off season*.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner terhadap 120 orang konsumen bakpao Mega Jaya. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Variabel yang berpengaruh pada keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah Produk, Harga, Tempat, dan Promosi. Data yang didapat di uji dengan regresi linier berganda, uji anova dan uji T menggunakan SPSS versi 22 dengan taraf kepercayaan 5%.

Nilai regresi yang muncul dalam penelitian ini sebesar 0.57. Sedangkan pada uji anova di dapatkan hasil sebesar 0.000. Pengujian terakhir adalah T test untuk melihat secara parsial setiap variabel, Produk : 0.000, Harga : 0.009, Tempat : 0.137, dan Promosi : 0.273. Berdasarkan hal tersebut diambil keputusan bahwa secara keseluruhan variabel independen mempengaruhi variabel dependennya, besaran pengaruhnya adalah 57%. Secara individual hanya peubah Produk dan Harga yang memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: bakpao, bauran pemasaran, keputusan pembelian, regresi linear berganda

¹Mahasiswa Jurusan Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

²Staff Pengajar Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

ANALYSIS MARKETING MIX TOWARDS PURCHASING DECISION OF BAKPAO “MEGA JAYA” AT YOGYAKARTA

Mela Furi Andani¹, Suharno², Novita Erma Kristanti²

ABSTRACT

Mega Jaya is one of the bakpao producers and sellers in Yogyakarta. Sales of Mega Jaya decreased sales every year in May - July. This research aims to determine the marketing mix that are considered in making the right marketing strategy in the off-season phase.

Data collection was conducted by distributing questionnaires to 120 consumers. The sampling technique was by purposive sampling method. The variables that influence the purchasing decisions in this research are Product, Price, Place, and Promotion. The data obtained in the multiple linear regression test, ANOVA test and T test using SPSS ver.22 with 5% of alpha.

The regression value that appeared in this study amounted 0.57. Whereas the ANOVA test get results of 0,000. The last test is T test to see partially each variable, product: 0,000, price: 0.009, place: 0.137, and promotion: 0.273. Based on the result, a decision was made that overall the independent variables affect the dependent variable, the magnitude of the effect was 57%. While individually only Product and Price variables that influence purchasing decisions.

Keywords: bakpao, marketing mix, purchasing decisions, multiple linear regression

¹Mahasiswa Jurusan Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM

²Staff Pengajar Teknologi Industri Pertanian, FTP UGM