

INTISARI

Dewasa ini, persaingan dalam bisnis jasa kebersihan kendaraan semakin meningkat. Peningkatan ini didorong oleh laju pertumbuhan kendaraan yang terus meningkat. Ketatnya persaingan industri jasa kebersihan kendaraan memaksa perusahaan untuk bekerja keras guna memenangkan pasar. Demikian pula yang dilakukan oleh SB Carwash Magelang. Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan peneliti kepada 10 konsumen, diperoleh informasi bahwa terdapat tujuh faktor yang melatarbelakangi konsumen membeli jasa kebersihan di SB Carwash Magelang. Faktor yang melatarbelakangi tersebut adalah produk, harga, tempat, promosi, proses, lingkungan fisik, dan orang. Ketujuh faktor tersebut dikenal dengan istilah bauran pemasaran jasa. Penelitian ini membuktikan pengaruh bauran pemasaran tersebut dengan menguji pada keputusan pembelian jasa kebersihan kendaraan SB Carwash Magelang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan instrumen penelitian berupa kuesioner dengan menggunakan lima poin skala Likert. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah data sebanyak 290 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa (1) Produk berpengaruh positif pada keputusan pembelian jasa kebersihan SB Carwash Magelang, (2) Harga berpengaruh positif pada keputusan pembelian jasa kebersihan SB Carwash Magelang, (3) Tempat berpengaruh positif pada keputusan pembelian jasa kebersihan SB Carwash Magelang, (4) Promosi berpengaruh positif pada keputusan pembelian jasa kebersihan SB Carwash Magelang, (5) Proses berpengaruh positif pada keputusan pembelian jasa kebersihan SB Carwash Magelang, (6) Lingkungan Fisik berpengaruh positif pada keputusan pembelian jasa kebersihan SB Carwash Magelang, (7) Orang berpengaruh positif pada keputusan pembelian jasa kebersihan SB Carwash Magelang.

Kata kunci: Bauran Pemasaran Jasa, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Today, competition in the vehicle cleaning service industry is increasing. This enhancing is driven by vehicle growth which continued to rise up. The competition in the cleaning service industry forces companies to work hard to win the market. SB Carwash Magelang is one of the company who trying to win the market. Based on interviews conducted by researchers to 10 costumers, information was obtained about seven factors underlying costumersbuy cleaning services at SB Carwash Magelang. The underlying factors are products, prices, places, promotions, processes, physical environment, and people. These seven factors are known as marketing mix. This research proves the influence of the marketing mix service. This research proves the influence of the mix marketing by testing the purchasing decisions to vehicle cleaning services in SB Carwash Magelang.

The research methodology is a quantitative, the research instrument is questionnaire using a five-point Likert scale. The sample done by “purposive sampling technique” to 290 respondents. The data analysis method used in this study is multiple linear regression, classic assumption test, and hypothesis testing.

The results of this research proves that (1) Product has a positive effect on purchasing decisions of SB Carwash Magelang cleaning services, (2) Price has a positive effect on purchasing decisions of SB Carwash Magelang cleaning services, (3) Places have a positive effect on purchasing decisions of SB Carwash Magelang cleaning services, (4) Promotion has a positive effect on purchasing decisions of SB Carwash Magelang cleaning services, (5) Process has a positive effect on purchasing decisions of SB Carwash Magelang cleaning services, (6) Physical Environment has a positive effect on purchasing decisions of SB Carwash Magelang cleaning services, (7) Person have a positive effect on the purchasing decision of SB Carwash Magelang cleaning services.

Keywords: *Marketing Mix Service, Purchasing Decision*