

## **Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Mekada Abadi**

Agnes Febrianne Yauandi<sup>1)</sup>, Fenny Cau<sup>2)</sup>, Geovanny<sup>3)</sup>, Feren  
Wong<sup>4)</sup>Dosen Pembimbing: Januardin, S.P., M.M

Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Prima Indonesia

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, promosi, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Mekada Abadi. Penurunan kepuasan kerja terlihat dari karyawan yang mengundurkan diri dari perusahaan. Dari data penjualan, terlihat bahwa dari tahun 2019 jumlah penjualan mengalami tren penurunan dan pada tahun 2020 di kondisi pandemi mengalami peningkatan karena kebutuhan obat yang meningkat pada kondisi pandemi dan kembali menunjukkan tren penurunan pada 2021. Hal ini memperlihatkan adanya penurunan keputusan pembelian di PT Mekada Abadi. Bauran pemasaran adalah pendekatan pemasaran yang menekankan bagaimana menjual sesuatu dengan sukses. Pada kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu harga, promosi, dan kualitas pelayanan. Harga sebagai nilai dari suatu produk yang dijual oleh perusahaan. Harga memegang peranan penting dalam terbentuknya permintaan dan penawaran oleh pelanggan. Promosi sebagai upaya untuk memperkenalkan produk kepada pelanggannya yang dilakukan melalui iklan, pemotongan harga maupun bundling produk. Kualitas pelayanan sebagai tingkat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dalam rangka memenuhi kebutuhan dari pelanggan. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan sampel yang digunakan adalah 103 orang. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Simple random sampling digunakan sebagai metode pengambilan sampel. Pada uji t di variabel harga dengan nilai  $(2.552 > 1.976)$ , promosi  $(3.289 > 1.976)$  dan kualitas pelayanan  $(5.296 > 1.976)$  secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di PT Mekada Abadi. Pada uji F, variabel harga, promosi dan kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan dengan nilai  $(25.636 > 3.09)$  terhadap keputusan pembelian pada PT Mekada Abadi.

*Kata Kunci : harga, promosi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian*