

## ABSTRAK

### **WINDA SARI LUMBAN TOBING. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Qoffai Kopi Sidikalang.**

Keuntungan yang didapatkan dari penjualan sangat besar namun masih belum signifikan dikarenakan strategi yang masih belum benar, tujuan penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dengan pendekatan bauran pemasaran. Penerapan bauran pemasaran yang diaplikasikan Qoffai Kopi Sidikalang dalam konsep 4P (*product, price, place, promotion*). Pada keputusan pembelian Qoffai Kopi Sidikalang, penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang, responden dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Qoffai Kopi Sidikalang. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang merupakan alat uji hipotesis yang digunakan dengan alat bantu aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan produk (*product*), harga (*price*) dan promosi (*promotion*) berpengaruh signifikan, sedangkan tempat (*place*) tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian Qoffai Kopi Sidikalang.

**Kata kunci:** *Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Qoffai Kopi Sidikalang*

## **ABSTRACT**

### **WINDA SARI LUMBAN TOBING. Analysis of the Influence of the Marketing Mix on the Purchase Decision of Qoffai Coffee Sidikalang.**

The profits obtained from sales are very large but are still not significant because the strategy is still not correct. The aim of this research is that it is very important to use the marketing mix approach. The marketing mix applied by Qoffai Kopi Sidikalang is in the 4P concept (product, price, place, promotion). In the decision to purchase Qoffai Kopi Sidikalang, research was carried out using a quantitative approach with a sample size of 100 people. The respondents in this research were all consumers who shopped at Qoffai Kopi Sidikalang. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis which is a hypothesis testing tool used with the SPSS version 25 application tool. The research results show that product, price and promotion have a significant effect, while place has no effect. significant impact on purchasing decisions for Qoffai Kopi Sidikalang

**Keywords:** *Marketing mix, Purchasing Decisions, Qoffai Coffee Sidikalang*