ABSTRAK

Aryon No. BP 15101155310543, Manajemen (2019), Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada PT. J&T Express Padang, dibawah bimbingan Bapak Jhon Very, S.Kom, MM, M.Kom dan Ibuk Marta Widian Sari, SE, MM Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. J&T Express Padang. Metode pengumpulan data dengan mengedarkan Kuesioner, dengan sampel 100 responden yang menggunakan PT. J&T Express sebagai jasa pengiriman barang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis Regresi Berganda. Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh: (a) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Product terhadap Keputusan Pembelian (b) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Price terhadap Keputusan Pembelian (c) Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Place terhadap Keputusan Pembelian (d) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Promotion terhadap Keputusan Pembelian (e) Terdapat pengaruh yang signifikan antara People terhadap Keputusan Pembelian (f) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Physical Evidence terhadap Keputusan Pembelian (g) Terdapat pengaruh yang signifikan antara Process terhadap Keputusan Pembelian Kemudian bedasarkan Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f) dapat diketahui terdapat pengaruh secara signifikan variabel Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence dan Process secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian. Maka penulis berkesimpulan bahwa Product, Price, Promotion, People, Physical Evidence dan Process secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap meningkatkan Keputusan Pembelian. Dan berdasarkan Uji Koefisien Determinasi (R2) nilainya menunjukkan bahwa besarnya persentase sumbangan variabel Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence dan Process secara simultan terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 84,9% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. Akhirnya penulis menyarankan kepada PT. J&T Express Padang yang diteliti untuk dapat memperhatikan Product, Price, Promotion, People, Physical Evidence and Prosess karena terbukti memberikan pengaruh yang besar terhadap Keputusan Pembelian tanpa mengabaikan variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Bauran Pemasaran Jasa, Keputusan Pembelian