

## **ABSTRAK**

### **HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU SAPI**

**Oleh:**

**Egi Muzaqi  
NPM. 205009015**

**Dosen Pembimbing:  
Dedi Djuliansah  
Cici Aulia Permata Bunda**

Perilaku konsumen merupakan sebuah hal yang mendasari konsumen dalam membuat keputusan ketika hendak melakukan pembelian. Ketidakpastian penjualan dalam sebuah usaha dapat diakibatkan oleh perubahan perilaku konsumen. Sehingga dengan penerapan bauran pemasaran dapat digunakan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran susu sapi di RBS, keputusan pembelian susu sapi yang dilakukan oleh konsumen serta hubungan baik secara simultan maupun parsial antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian susu sapi. Penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan Raja Bintang Semesta yang berlokasi di Kecamatan Indihiang, Kota Tasikmalaya. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survei dan pengambilan sampel sebanyak 40 responden menggunakan teknik *accidental sampling*. Untuk bauran pemasaran dan keputusan pembelian dianalisis secara deskriptif. Untuk menganalisis hubungan bauran pemasaran dengan keputusan pembelian, secara simultan menggunakan analisis konkordansi Kendall W, sedangkan secara parsial menggunakan analisis korelasi Kendall Tau. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran di RBS termasuk dalam kategori sangat baik. Keputusan pembelian susu sapi yang dilakukan oleh konsumen termasuk dalam kategori sangat baik. Secara simultan terdapat hubungan positif antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian. Secara parsial terdapat hubungan antara produk, harga, lokasi, promosi, proses, tenaga kerja dan sarana prasarana dengan keputusan pembelian. Produk, lokasi, promosi, tenaga kerja, proses dan sarana prasarana memiliki arah hubungan positif. Harga memiliki arah hubungan negatif.

**Kata Kunci:** Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Susu Sapi

## **ABSTRACT**

### **THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKETING MIX AND COW'S MILK PURCHASE DECISION**

**By:**

**Egi Muzaqi  
NPM. 205009015**

**Supervisor:  
Dedi Djuliansah  
Cici Aulia Permata Bunda**

*Consumer behavior is something that underlies consumers in making decisions when making purchases. Sales uncertainty in a business can be caused by changes in consumer behavior. So that the application of the marketing mix can be used to influence consumer decisions in making purchases. This study aims to analyze the marketing mix of cow's milk at RBS, the decision to purchase cow's milk made by consumers and the relationship both simultaneously and partially between the marketing mix and the decision to purchase cow's milk. This research was conducted at Raja Bintang Semesta Company located in Indihiang District, Tasikmalaya City. The research was conducted using a survey method and sampling of 40 respondents using accidental sampling techniques. For the marketing mix and purchasing decisions are analyzed descriptively. To analyze the relationship between marketing mix and purchasing decisions, simultaneously using Kendall W concordance analysis, while partially using Kendall Tau correlation analysis. The results showed that the marketing mix at RBS was in the very good category. The decision to purchase cow's milk made by consumers is included in the very good category. Simultaneously there is positive relationship between the marketing mix and purchasing decisions. Partially there is relationship between product, price, location, promotion, process, labor and infrastructure with purchasing decisions. Products, location, promotion, labor, process and infrastructure facilities have a positive relationship direction. Price has a negative relationship direction.*

**Keywords:** *Marketing Mix, Purchase Decision, Cow's Milk*