

ABSTRAK

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain adalah produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, lingkungan fisik dan kualitas layanan. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menciptakan produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau oleh konsumen. Sebagian besar resto atau cafe menggunakan packaging makanan yang *food grade products* City Products. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian tentang: Pengaruh Bauran Pemasaran dengan variabel-variabel seperti : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Proses, Orang, Lingkungan Fisik dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Packaging Makanan produk City Products di wilayah area Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan City Products Surabaya, mulai bulan April sampai bulan Juni di kota Surabaya dan Sidoarjo, dengan jumlah populasi sebanyak 149 outlet. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 149 outlet yang ditentukan berdasarkan rumus Sugiono. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, lingkungan fisik dan kualitas layanan sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = 0,396 + 0,563 X_1 + 0,339 X_2 + 0,192 X_3 + 0,238 X_4 + 0,270 X_5 + 0,246 X_6 + 0,189 X_7 + 0,207 X_8$. Uji persamaan regresi dengan Uji F diperoleh $F_{hitung} = 25,229 > 3,07 F_{tabel}$, yang berarti secara **simultan** ada pengaruh antara produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, lingkungan fisik dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji parsial diperoleh $t_1 = 5,988 > 1,98 t_{tabel}$, $t_2 = 4,367 > 1,98 t_{tabel}$, $t_3 = 2,125 > 1,98 t_{tabel}$, $t_4 = 3,734 > 1,98 t_{tabel}$, $t_5 = 2,607 > 1,98 t_{tabel}$, $t_6 = 2,674 > 1,98 t_{tabel}$, $t_7 = 21,04 > 1,98 t_{tabel}$, $t_8 = 2,753 > 1,98 t_{tabel}$, yang berarti antara variabel - variaebel produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, lingkungan fisik dan kualitas layanan berpengaruh secara **parsial** terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian, dimana produk memberikan pengaruh yang **dominan** terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian packaging makanan produk City Products, hendaknya pihak perusahaan mempertahankan kualitas dari produk. Perusahaan juga harus meningkatkan promosi agar semakin dekat dengan para konsumennya disamping menyesuaikan harga yang dipandang konsumen telah kompetitif, dan perusahaan harus terus menerus meningkatkan pelayanan konsumen demi kesuksesan penjualan.

Kata kunci : Produk, Harga, Tempat, Prpmosi, Proses, Orang, Lingkungan Fisik, Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian