

## ABSTRAK

Pada penelitian ini penulis mengambil obyek penelitian yaitu tempat usaha Buono Pulp sebagai pengepul dan pendaur ulang sampah kertas sebelum dijual atau didistribusikan ke beberapa industri yang membutuhkan kertas daur ulang. Tempat usaha ini memiliki permasalahan utama dalam pemasaran, yaitu sulitnya mendapatkan kontrak dengan perusahaan-perusahaan besar. Oleh karenanya Buono Pulp harus segera memperbaiki strategi bisnisnya. Salah satu yang perlu diperhatikan yaitu strategi bauran pemasaran atau *marketing mix*. *Marketing mix* (4P) terdiri dari yaitu *product*, *price*, *promotion* dan *place*. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian di Buono Pulp di Surabaya”. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif, dimana populasi dan sampel yang diambil adalah 37 pabrik kertas yang pernah membeli di Buono pulp. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik *survey / sampling jenuh*. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah : Produk (X1) Harga (X2) Lokasi (X3) Promosi (X4) dan Keputusan Pembelian (Y). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Dari data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Dan dari hasil analisis data didapatkan hasil bahwa Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai hasil uji *t* untuk produk sebesar  $0,029 < 0,05$ . nilai hasil uji *t* untuk harga sebesar  $0,035 < 0,05$ . Nilai hasil uji *t* untuk lokasi sebesar  $0,007 < 0,05$  dan nilai hasil uji *t* untuk promosi sebesar  $0,006 < 0,05$ .

**Kata Kunci : Marketing Mix, Keputusan Pembelian, Buono Pulp**

## ABSTRACT

In this research, the author takes the object of research, that is Buono Pulp business place as collector and recycler of waste paper before being sold or distributed to several industries that need recycled paper. This business place has a main problem in marketing, that is the difficulty of getting contracts with large companies. Therefore, Buono Pulp must immediately improve its business strategy. One thing that needs to be concern is the marketing mix strategy or market mix . Marketing mix (4P) consists of product, price, promotion and place. Based on this background, the writer wants to do further research on "The Effect of Marketing Mix on Purchase Decision at Buono Pulp in Surabaya". This research uses quantitative research type, in which the population and sample that are taken are 37 paper factory that have ever bought at Buono pulp. This sample collection technique uses survey techniques / saturated sampling. The variables in this research are: Product (X1) Price (X2) Location (X3) Promotion (X4) and Purchase Decision (Y). Data collection method in this research uses questionnaire. From the data that is obtained then it is analyzed by using multiple linear regression analysis, and from the result of data analysis, it is found that Product, Price, Location and Promancy partially have significant effect on Purchase Decision. This is evidenced by the acquisition the result of t test results for the product of  $0.029 < 0.05$ . The value of t test result for the price of  $0.035 < 0.05$ . The value of t test result for locations is  $0.007 < 0.05$  and the value of t test result for promotion is  $0.006 < 0.05$ .

Keywords: Marketing Mix, Purchase Decision, Buono Pulp