

# **PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. PARAS INDAH DI MANGGIS**

## **ABSTRAK**

Pada perusahaan UD. Paras Indah masih belum mencapai target penjualan dikarenakan perusahaan menghadapi pandemi global, sehingga diperlukannya evaluasi kembali untuk mengatasi permasalahan tersebut. Selain itu, masih terdapat hasil penelitian yang tidak konsisten (*research gap*), sehingga diperlukannya pengujian kembali untuk menyumbang hasil penelitian terbaru untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada UD. Paras Indah di Manggis.

Penelitian ini menggunakan aksidental *sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif dengan sumber data primer. Teknik pengumpulan data memakai metode observasi dan kuesioner serta menggunakan teknik analisis data yang memakai uji analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD. Paras Indah di Manggis dan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD. Paras Indah di Manggis.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

UNMAS DENPASAR