

**PENGARUH *BAURAN PEMASARAN* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK BATU ALAM PT. ARICO UTAMA**

**ABSTRAK**

Akbar Fajar, 10090308096, Pengaruh *Bauran Pemasaran* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batu Alam PT. Arico Utama; Dosen Pembimbing : Dr. Ratih Tresnati, SE., MP.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pelaksanaan *Bauran Pemasaran*, bagaimana tanggapan konsumen tentang pelaksanaan *Bauran Pemasaran*, bagaimana keputusan pembelian konsumen dan seberapa besar pengaruh *Bauran Pemasaran* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di PT. Arico Utama dengan jumlah sampel 100 orang responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* dengan menggunakan alat pengumpulan data melalui kuesioner.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan *Bauran Pemasaran* yang dilakukan oleh PT. Arico Utama tergolong cukup efektif. Tanggapan pelanggan tentang pelaksanaan *Bauran Pemasaran* dan tingkat keputusan pembelian termasuk dalam kategori cukup baik. Hasil uji hipotesis membuktikan terdapat pengaruh *Bauran Pemasaran* terhadap keputusan pembelian produk Batu Alam dengan tingkat pengaruh yang kuat.

**Kata kunci : *Bauran Pemasaran* dan Keputusan Pembelian**