ABSTRAK

Permasalahan dalam penulisan ini adalah apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli Bingka Khatulistiwa di Kota Pontianak. Adapun yang menjadi tujuan di dalam penelitian yang hendak dicapai dan dilakukan oleh penulis adalah untuk mengetahui apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli Bingka Khatulistiwa di Kota Pontianak.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli Bingka Khatulistiwa di Kota Pontianak. Jumlah sampel yang diteliti adalah sebanyak 100 responden yang diambil secara *accidental sampling* dari seluruh pelanggan yang membeli Bingka Khatulistiwa di Pontianak.

Hasil uji validitas, baik variabel produk, harga, promosi dan tempat sebagai variabel bebas maupun keputusan konsumen sebagai variabel terikat menunjukkan bahwa daftar kuesioner yang disampaikan kepada responden telah memenuhi persyaratan validitas. Hasil uji reliabilitas, baik variabel variabel produk, harga, promosi dan tempat sebagai variabel bebas maupun keputusan konsumen membeli Bingka Khatulistiwa di Kota Pontianak sebagai variabel terikat menunjukkan bahwa daftar kuesioner yang disampaikan kepada responden telah memenuhi persyaratan reliabilitas. Karena memiliki koefisien *cronbach's alpha* sama dengan 0,60 atau lebih. Persamaan atau estimasi regresi yang dapat dituliskan berdasarkan hasil pengolahan data dapat dituliskan : $\hat{Y} = 0{,}398 + 0{,}938X$. Dari hasil analisis korelasi sederhana (r) didapat korelasi antara bauran pemasaran dengan keputusan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang cukup kuat antara bauran pemasaran dengan keputusan konsumen. Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,335. Hal ini berarti bahwa 33,5% (1 x 0,335 x 100%) keputusan konsumen membeli Bingka Khatulistiwa di Kota Pontianak dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran, sedangkan sisanya yaitu sebesar 66,5% (1 – 0,335 x 100%) keputusan konsumen membeli Bingka Khatulistiwa di Kota Pontianak dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa uji kelayakan model variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 49,359 > F tabel 2,47 serta memiliki nilai signifikan (sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, artinya Model regresi linear sederhana tersebut dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran..

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Dan Keputusan Konsumen