

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh strategi marketing terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart Jl.Padasuka No.81 Bandung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi marketing pada Alfamart Jl.Padasuka No.81, mengetahui keputusan pembelian konsumen Alfamart Jl.Padasuka No.81 serta pengaruh signifikan strategi marketing terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart Jl.Padasuka No.81 Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan rumus *Cochran*, karena jumlah populasi pada penelitian yang belum diketahui. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji linearitas, uji regresi linear sederhana dan uji hipotesis.

Berdasarkan pengujian hipotesis, strategi marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart Jl.Padasuka No.81 Bandung. Hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis secara parsial (Uji t), di dapat t hitung $>$ t tabel yaitu $5,722 > 1,984$. Dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,250, yang berarti pengaruh strategi marketing terhadap keputusan pembelian sebesar 25,0%. Sedangkan 75,0% lagi dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa strategi marketing terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart Jl.Padasuka No.81 Bandung sudah masuk kategori baik, namun ada beberapa item yang perlu ditingkatkan lagi, contohnya dalam memberikan kepuasan untuk konsumen Alfamart tersebut, belum merasakan bahwa Alfamart sangat cocok menjadi pusat atau tempat berbelanja untuk semua kalangan konsumen, dan konsumen Alfamart tersebut belum merasakan apakah produk yang dibeli berkualitas bagus atau tidak.

Kata Kunci: Strategi Marketing, konsumen Alfamart, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research was conducted to find out the influence of marketing strategies on the whiteness of alfamart jl.padasuka no.81 consumer purchases. The purpose of this research is to find out the marketing strategy at Alfamart Jl.Padasuka No.81, know alfamart jl.padasuka no.81 consumer purchase decision and the significant influence of marketing strategy on alfamart jl.padasuka customer buying decision no.81 Bandung.

This research uses quantitative methods with associative types of research. Sampling was conducted using the Cochran formula, due to the number of populations in the study as yet unknown. With a total of 100 respondents. The data analysis techniques used are normality test, linearity test, simple linear regression test and hypothesis test.

Based on hypothesis testing, marketing strategies affect alfamart jl.padasuka consumer purchasing decisions No.81. This is evidenced by a partial hypothesis test (Test t), in can t calculate the $> t$ table which is $5,722 > 1,984$. And the coefficient of determination value of 0.250, which has the influence of marketing strategy on purchasing decisions by 25.0%. Another 75.0% is affected by other variables.

The conclusion of this study is that the marketing strategy towards alfamart consumer purchasing decisions Jl.Padasuka No.81 Bandung has entered the category of good, but there are some items that need to be improved again, for example in providing satisfaction for alfamart consumers, have not felt that Alfamart is very suitable to be a center or place to shop for all consumers, and alfamart consumers have not felt whether the products purchased are of good quality or not.

Keywords: *Marketing Strategy, Alfamart consumers, purchasing decisions*