

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi adanya penurunan pangsa pasar kain sutera PD. Soleh Aman Sahuri secara berturut-turut dari tahun 2011 sampai dengan 2013. Penurunan pangsa pasar ini disebabkan karena semakin banyaknya jumlah perusahaan pesaing yang memproduksi kain sutera di Indonesia. Dengan kondisi tersebut, PD. Soleh Aman Sahuri dituntut untuk memperhatikan strategi pemasaran yang tepat, salah satunya dengan melihat aspek bauran pemasaran untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan akan mendorong peningkatan pangsa pasar perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena penelitian menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner, menggunakan perhitungan statistik, dan penelitian bertujuan menguji hipotesis yang telah dibuat. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen PD. Soleh Aman Sahuri yang membeli kain sutera. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda diketahui bahwa secara simultan bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial hanya variabel promosi dan tempat yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari hasil perhitungan juga diketahui bauran pemasaran berkontribusi terhadap keputusan pembelian sebesar 47,5%, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain selain bauran pemasaran.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Kain Sutera.