

Abstrak

Bisnis dibidang makanan semakin berkembang mengikuti perkembangan pasar, perkembangan dunia bisnis dibidang makanan salah satunya makanan manis. It's My Cake merupakan salah satu pelaku usaha dalam bidang makanan manis. Semakin banyaknya competitor, It's My Cake tetap teguh pada pendiriannya untuk mendirikan satu toko disetiap kota dengan menonjolkan keunggulannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan kepada produk It's My Cake. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan tingkat pengaruh yang terjadi sesuai dengan metode promosi yang digunakan It's My Cake.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan skala likert melalui media kuesioner dari populasi pelanggan It's My Cake yang diambil sampel 100 responden. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan media kuesioner, observasi lapangan, dan wawancara. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis deskriptif, Uji T, Uji F dan Rsquare.

Analisis yang dilakukan pada bauran promosi yang digunakan It's My Cake memiliki persentase 75%. Sedangkan, analisis keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk It's My Cake Memiliki Persentase 73%. Selain itu juga, diperoleh nilai $F_{hitung} (295,960) > F_{tabel} (3,94)$ dan $T_{hitung} (17,203) > T_{tabel} (1,984)$ dengan nilai signifikan $(0,000) < (0,05)$. Sehingga, dapat dinyatakan Bauran Promosi mempunyai hubungan yang signifikan dan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen It's My Cake

Kata kunci: Bauran promosi, Keputusan pembelian