

ABSTRAK

Pertamina lubricants sebagai *market leader* perusahaan Pelumas di Indonesia, memiliki *market share* sebesar 55% pada segment pelumas *industry, demand industrial engine oil* sebesar 25% dari market share, oleh sebab itu, perlu adanya analisa terhadap faktor-faktor yang tentunya dapat meningkatkan pangsa pasar dari Pelumas mesin industri

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *strategy marketing mix, product, price, promotion, place*, dan *service quality* terhadap keputusan pembelian konsumen B2B di wilayah jawa barat. Metode analisis data dengan menggunakan teknik analisis *structural equation modeling* (SEM-PLS) yang di proses dengan menggunakan SmartPLS dengan Populasi 700, dan jumlah responden sebanyak 288. Dari hasil penelitian menunjukkan penilaian responden terhadap masing-masing variabel *marketing mix* yang terdiri dari *product, price, promotion, place*, kemudian variabel *service quality* dan *Purchase Decision* berada pada kategori baik.

Sesuai hasil analisis dengan metode SEM-PLS menunjukkan bahwa masing-masing variabel *product, price, place* dan *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision* pada Konsumen B2B Pertamina Lubricants di Jawa barat. Sedangkan variabel *promotion* tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Purchase Decision* pada Konsumen B2B Pertamina Lubricants di Jawa barat. Dari perolehan hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,743 menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel *Product, Price, Promotion Place* dan *Service Quality* memiliki pengaruh sebesar 74,3% terhadap *Purchase Decision*.

Keywords: *Marketing mix, service quality, Customer B2B, Purchase Decision*