

ABSTRAK

PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG BUSANA ADAT BALI SECARA ONLINE (Studi Pada Konsumen Butik Laksmi Kebaya Bandar Lampung)

Oleh

N.A. Regata Satya Dewi

Perkembangan teknologi dan komunikasi saat ini menyebabkan meningkatnya peluang dalam dunia bisnis, hal ini pula yang mendasari perintis bisnis untuk harus terus menyusun suatu strategi pemasaran yang dapat menciptakan, dan mempengaruhi sikap positif serta dapat menguntungkan sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dimensi produk, harga, saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian ulang busana adat bali secara *online* di Butik Laksmi Kebaya Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. dengan objek penelitian adalah konsumen pada Butik Laksmi Kebaya Bandar Lampung yang berlokasi di Perumahan Pramuka, Garden Residence Blok C 18 Rajabasa Bandar Lampung. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui kajian pustaka, dan kuesioner. dengan populasi yaitu konsumen Butik Laksmi Kebaya Bandar Lampung, dan jumlah sampel 100 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara beberapa dimensi *marketing mix* terhadap keputusan pembelian ulang busana adat bali secara *online* di Butik Laksmi Kebaya Bandar Lampung nilai koefisien sebesar Produk (0.062), Harga (0.172), Saluran Distribusi (0.117), Promosi (0.288), Orang (0.146), Bukti Fisik (0.089) dan Proses (0.126).

Kata Kunci: *Marketing Mix*, Butik, Pengaruh, Bali

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MIX MARKETING ON THE DECISION TO REPURCHASE BALINESE TRADITIONAL CLOTHING ONLINE (Study on Consumers of Boutique Laksmi Kebaya Bandar Lampung)

By

N.A. Regata Satya Dewi

The development of technology and communication today has led to increased opportunities in the business world, this is also what underlies business pioneers to continue to develop a marketing strategy that can create and influence positive attitudes and can be profitable while increasing customer satisfaction. The purpose of this study was to determine the effect of product dimensions, price, distribution channels and promotions on the decision to repurchase Balinese traditional clothing online at the Laksmi Kebaya Boutique, Bandar Lampung. This study uses a descriptive type of research with a quantitative approach. with the object of research is the consumer at the Laksmi Kebaya Boutique Bandar Lampung, which is located in Pramuka Housing, Garden Residence block C 18 Rajabasa Bandar Lampung. The data collection method used is through literature review, and questionnaires. with a population of consumers of Laksmi Kebaya Boutique Bandar Lampung, and the number of samples is 100 people. The results of this study indicate that there is an influence between several dimensions of the marketing mix on the decision to repurchase traditional Balinese clothing online at the Laksmi Kebaya Boutique Bandar Lampung, the coefficient value is Product (0.062), Price (0.172), Place (0.117), Promotion (0.288), People (0.146), Physical Evidence (0.089) and Process (0.126).

Keywords: Marketing Mix, Boutique, Influence, Bali