

ABSTRAK

Kadarusman, 2017 :Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada PT. Atiqah Prima di Takalar. Dibawah bimbingan **H. Sanusi A.M** selaku pembimbing I dan **Sitti Marhumi** selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian mebel pada PT. Atiqah Prima di Takalar. Penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai Mei 2017. Metode penelitian kepustakaan untuk pengumpulan data dengan menggunakan skala likert dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah teknik *Incidental Sampling* sebanyak 100 orang. Metode analisis menggunakan uji keabsahan, uji kevaliditas, Uji Regresi Berganda, Koefisien Determinasi, Uji F dan Uji T.

Hasil data SPSS mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian mebel secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif pada PT. Atiqah Prima di Takalar dengan persamaan regresi $Y = 3,026 + 0,568 X_1 + 0,253 X_2 - 0,285 X_3 + 0,312 X_4$. Nilai koefisien determinasi (*R-square*) sebesar 0,320. Hal ini berarti bahwa variabel produk, harga, distribusi dan promosi dapat menjelaskan 32% dari keputusan pembelian dan sisanya yaitu sebesar 68% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Mebel, PT Atiqah Prima.*