

## ABSTRAK

Mentega adalah bahan utama pembuat kue. Dan merek mentega yang dipilih oleh penulis adalah Blue Band karena Blue Band sudah dikenal oleh masyarakat sejak dulu. Pada penelitian ini yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian yaitu Produk, Harga, Promosi, Lokasi dan Merek terhadap keputusan pembelian mentega Blue Band di UD.DENLY.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 responden pembeli mentega Blue Band minimal berjumlah 0.5kg di UD.DENLY selama penelitian. Untuk diproses dalam regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu yaitu kuesioner.

Kesimpulan penelitian ini yaitu data dari kuesioner ini diolah untuk mendapatkan analisis regresi linear berganda melalui program *SPSS ver 20.0 for Macintosh*. Hipotesis pada penelitian ini untuk melihat pengaruh secara simultan, parsial dan dominan terhadap keputusan pembelian mentega Blue Band di UD.DENLY. dari ketiga hipotesis, satu hipotesis tidak terbukti, yaitu variabel Lokasi (X4) berpengaruh dominan dengan nilai standartdized Coefficient Beta ( $\beta$ ) paling tinggi yaitu 0.450, sedangkan variabel Merek (X5) tidak berpengaruh dominan.

**Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Merek, keputusan pembelian, Blue Band, UD. DENLY.**

## **ABSTRACT**

Margarine is one of the main ingredients for making pastries. Blue Band, a margarine brand, has long been known by people, and for such a reason the writer of this study chooses the brand as the subject of his study. The writer would like to investigate the underlying reasons of one's deciding to purchase the brand at UD DENLY. The writer proposes four factors; the product itself, the price, the promotion, the location and the brand.

The samples of this study are 100 buyers of Blue Band Margarine who purchase at least half a kilogram from UD Denly. The writer analyzes the data using double linear regression and a questionnaire as the research instruments. The statistics program the writer utilizes is SPSS ver 20.0 for Machintosh. The study aims at finding simultaneous, partial, and dominant factors that influence one's buying Blue Band margarine from UD DENLY.

Two out of the four hypotheses are proven. The "brand or (X5)" does not seem to be a strongly influential or dominant factor in one's deciding to purchase the item, but location (X4) turns out to be the most dominant factor with the value of Standardized Beta Coefficient of 0.450.

**Keywords : Product, Price,Promotion, location, brand, buying decision, Blue Band, UD. DENLY**