

ABSTRACT

Name : ANGELA NADIYA PATRICIA KAAWOAN
Study Program : Bisnis Perhotelan
Title : Analysis the Effect of Marketing Mix and Purchasing
Decisions at Outlet Chatime

This study aims to find out more about the analysis of Marketing Mix 7P, the factors that influence Purchasing Decisions, and to understand more deeply the influence of Marketing Mix and Purchasing Decisions at Chatime Mall Central Park West Jakarta outlets. This research can facilitate the reader in learning about developing insights about the relationship between Marketing Mix and Purchasing Decisions. The research method used is a qualitative research method that is a non-numerical descriptive research method, using analysis, centering on data and utilizing existing theories. Data collection techniques that will be used by researchers are observation techniques, interview techniques and documentation techniques. Data collected will be analyzed using the methods: data reduction, data presentation and drawing conclusions.

Keywords: Marketing Mix, Purchase Decision, Qualitative Method.

ABSTRAK

Nama : Angela Nadiya Patricia Kaawoan
Program Study : Hotel Business
Judul : Analysis the Effect of Marketing Mix and Purchasing Decision at Outlet Chatime Central Park Mall West Jakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam lagi mengenai analisis Marketing Mix 7p, faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian, dan memahami lebih dalam pengaruh Marketing Mix dan Keputusan Pembelian di Outlet Chatime Mall Central Park Jakarta Barat. Penelitian ini dapat memudahkan pembaca dalam pembelajaran tentang pengembangan wawasan mengenai hubungan antara Marketing Mix dengan Keputusan Pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yakni metode riset yang bersifat deskriptif non-numerik, menggunakan analisis, berpusat pada data dan memanfaatkan teori yang ada. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan peneliti adalah teknik observasi, teknik wawancara dan teknik dokumentasi. Data yang berhasil dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan metode: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Kata kunci: Marketing Mix, Keputusan Pembelian, Metode Kualitatif