

ABSTRAK

Nesda Varicela, Nesda (2022), Determinan Keputusan Pembelian Pasca Pandemi (Studi Kasus : Penjual Makanan Ringan di Mall BTC Pangkalpinang). Tesis, Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Tesis ini sudah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Dr. Kadek Sinarwati, S.E., M.Si., Ak dan Pembimbing II: Trianasari M.M., Ph.D

Kata-kata kunci: Product, Place, Price, People, Promotion, Process, Physical Evidence dan Keputusan pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh 7P terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Mall BTC Pangkalpinang. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli makanan ringan di Mall BTC Pangkalpinang. Sampel dihitung dengan menggunakan rumus *Lemeshow* dengan jumlah 100 sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan sebelumnya dilakukan pengujian instrumen dan uji asumsi klasik untuk keakuratan hasil analisis regresi dengan program SPSS version 26.0 *for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Product* berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Mall BTC Pangkalpinang, *Place* berpengaruh negatif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Mall BTC Pangkalpinang, *Price* berpengaruh negatif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Mall BTC Pangkalpinang, *People* berpengaruh Positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Mall BTC Pangkalpinang, *Promotion* berpengaruh negatif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Mall BTC Pangkalpinang, *Process* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Mall BTC Pangkalpinang, *Physical Evidence* berpengaruh negatif signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Mall BTC Pangkalpinang, dan 7P berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Nesda Varicela, Nesda (2022), Determinants of Post-Pandemic Purchase Decisions (Case Study: Snack Food Seller at BTC Pangkalpinang Mall). Thesis, Management Science, Postgraduate Program, Ganesha University of Education.

This thesis has been approved and examined by Supervisor I: Dr. Kadek Sinarwati, S.E., M.Si., Ak and Supervisor II: Trianasari M.M., Ph.D

Keywords: Product, Place, Price, People, Promotion, Process, Physical Evidence, and Purchase Decision

This study aims to determine the influence of 7P on Purchasing Decisions on consumers of Pangkalpinang BTC Mall. Data were collected using questionnaires. The population in this study was all snack buyers at Pangkalpinang BTC Mall. The sample is calculated using the Lemeshow formula with the sum of 100 samples. This study used purposive sampling technique. The analysis technique used is multiple linear regression and previously conducted instrument testing and classical assumption testing for the accuracy of regression analysis results with the SPSS version 26.0 for windows program.

The results showed that Product had a partial significant positive effect on Purchasing Decisions at Pangkalpinang BTC Mall, Place had a significant negative effect on Purchasing Decisions at Pangkalpinang BTC Mall, Price had a significant negative effect on Purchasing Decisions at Pangkalpinang BTC Mall, People had a significant Positive effect on Purchasing Decisions at Pangkalpinang BTC Mall, Promotion had a significant negative effect on Decisions Purchases at Pangkalpinang BTC Mall, Process has a significant positive effect on Purchasing Decisions at Pangkalpinang BTC Mall, Physical Evidence has a significant negative effect on Purchase Decisions at Pangkalpinang BTC Mall, and 7P has a significant effect on Purchase Decisions.