

ABSTRAK

Desy Gusrita (2014/14053041): Pengaruh *Marketing Mix* dan Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Pembelian *Online* Pakaian Wanita di Kota Padang

Pembimbing : Rose Rahmidani, S.Pd, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *marketing mix* dan lingkungan sosial terhadap keputusan pembelian *online* pakaian wanita di Kota Padang. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang pernah membeli pakaian wanita secara online di Kota Padang dengan menggunakan data primer. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini dalam *purposive sampling* dengan total sampel 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur dengan menggunakan program SPSS *versi* 21. Untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t statistik dengan tingkat α sebesar 5%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Produk, harga, tempat, promosi dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online pakaian wanita di Kota Padang 2) Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online pakaian wanita di Kota Padang 3) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online pakaian wanita di Kota Padang 4) Tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online pakaian wanita di Kota Padang 5) Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online pakaian wanita di Kota Padang 6) Lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online pakaian wanita di Kota Padang.

Kata kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi, Lingkungan Sosial, Keputusan Pembelian.