

ABSTRACT

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Keripik Pisang UD. Amalia. Nadia Rizqi, 718310970; 2022; 46 page; Agribusiness Study Program, Faculty Of Agriculture, Wiraraja University.

The rapid growth and development of the home industry indicates that the economy is advancing in Indonesia. Sumenep Regency is also inseparable from the rapid growth and development of the home industry. The large number of home industries offering similar products has resulted in increasingly fierce business competition. This is a consideration for consumers in making purchasing decisions for a product.

The purpose of this research is (1) To determine the effect of product marketing mix, price, promotion, place simultaneously on consumer purchasing decisions for banana chips at UD Amalia. (2) To determine the effect of product marketing mix, price, promotion, place partially on consumer purchasing decisions for banana chips at UD Amalia. The determination of the research area was carried out deliberately at the Madura Kharisma Yuswar snack shop and Vila Mas snack with the consideration that these two figures are the figures with the most crowded consumers. The sampling method used is accidental sampling. The analytical tool used is multiple linear regression analysis.

The results showed that the marketing mix wick consisted of product, price, promotion and place simultaneously had a significant effect on consumer purchasing decisions for UD Amalia's banana chips, with the amount of influence exerted was 57.5%. While partially the product, price and place variables have a significant effect on purchasing decisions. The significance value of the promotion variable is 0.173 is greater than 0.05 ($\alpha = 5\%$), so that the promotion variable partially has no significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Marketing Mix, Buying Decision, Banana Chips

ABSTRAK

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Keripik Pisang UD. Amalia. Nadia Rizqi, 718310970; 2022; 46 halaman; Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wiraraja.

Pertumbuhan dan perkembangan *home industry* yang semakin pesat, menandakan bahwa majunya perekonomian di Indonesia. Kabupaten Sumenep juga tidak lepas dari pesatnya pertumbuhan dan perkembangan *home industry*. Banyaknya *home industry* yang menawarkan produk yang sejenis, menimbulkan persaingan usaha yang semakin ketat. Hal tersebut menjadi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran produk, harga, promosi, tempat secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang di UD. Amalia. (2) Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran produk, harga, promosi, tempat secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang di UD. Amalia. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja di toko camilan madura kharisma yuswar dan vila mas camilan dengan pertimbangan bahwa kedua toko tersebut merupakan toko dengan konsumen paling ramai. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri atas produk, harga, promosi dan tempat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang UD. Amalia, dengan besaran pengaruh yang diberikan adalah 57,5%. Sedangkan secara parsial variabel produk, harga, dan tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai signifikansi variabel promosi sebesar 0,173 lebih besar dari 0,05 ($\alpha = 5\%$), sehingga variabel promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Keripik Pisang