

RINGKASAN

Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Keripik Pisang Bu Riz di Sumenep. Ahmad Samir, 717310923; 2021; 97 halaman; Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wiraraja.

Berkembangnya usaha-usaha pengolahan pisang menjadi keripik di Sumenep menimbulkan persaingan usaha semakin ketat yang menuntut para pelaku usaha menerapkan strategi yang tepat dalam memasarkan produknya agar konsumen tertarik dan memutuskan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, salah satunya adalah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran yang dapat dikendalikan langsung perusahaan dan selalu dipertimbangkan konsumen ketika hendak melakukan pembelian.

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang Bu Riz dan variabel apakah yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini dilakukan di KWT Anugrah dan Swalayan NU Gapura pada bulan Maret hingga April 2021 dengan pertimbangan bahwa tempat tersebut merupakan tempat produksi dan pemasaran keripik pisang Bu Riz. Sampel penelitian ini berjumlah 50 orang yang merupakan konsumen keripik pisang Bu Riz. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri atas produk, harga, promosi, tempat secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen keripik pisang Bu Riz. Adapun variabel yang dominan berpengaruh adalah variabel harga.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Keripik Pisang, Kabupaten Sumenep.

ABSTRACT

Analysis of the Influence of the Marketing Mix on Consumer Purchasing Decisions of Bu Riz Banana Chips in Sumenep. Ahmad Samir, 717310923; 2021; 97 pages; Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, Wiraraja University.

The development of businesses processing bananas into chips in Sumenep has led to increasingly fierce business competition which requires business actors to apply the right strategy in marketing their products so that consumers are interested and decide to buy the products offered, one of which is by using a marketing mix strategy that can be controlled directly. company and is always considered by consumers when they want to make a purchase.

This study aims to determine the effect of the marketing mix on consumer purchasing decisions of Bu Riz banana chips and what variables are dominant in influencing consumer purchasing decisions. This research was conducted at KWT Anugrah and NU Gapura Supermarket from March to April 2021 with the consideration that this place is the place for the production and marketing of Bu Riz's banana chips. The sample of this research is 50 people who are consumers of Bu Riz's banana chips. The sampling method used is accidental sampling. Data collection methods were carried out by observation and interviews using a questionnaire. The analytical tool used is multiple linear regression analysis.

The results showed that the marketing mix consisting of product, price, promotion, place simultaneously had a significant effect on consumer purchasing decisions for Bu Riz's banana chips. The variable that is dominantly influential is the price variable.

Keywords: *Marketing Mix, Purchase Decision, Banana Chips, Sumenep Regency.*