

ABSTRAK

Rahmat, Maharwi. 2023. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Cireng Jontor di Kota Metro Provinsi Lampung*. Tesis. Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. Suharto, S.E., M.M., C.R.B.C. (2) Dr. Marhaban Sigalingging, S.E., M.M.

Kata Kunci: produk, lokasi, harga, promosi, keputusan pembelian

Persaingan yang semakin meningkat di pasar lokal telah mendorong para pengusaha untuk mencari strategi kontemporer yang memungkinkan mereka mencapai kinerja yang luar biasa dan berkelanjutan. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1) Apakah ada pengaruh produk (product) terhadap keputusan pembelian Cireng Jontor? 2) Apakah ada pengaruh tempat (place) terhadap keputusan pembelian Cireng Jontor? 3) Apakah ada pengaruh promosi (promotion) terhadap keputusan pembelian Cireng Jontor? 4) Apakah ada pengaruh harga (price) terhadap keputusan pembelian Cireng Jontor? 5) Bagaimana pengaruh bauran pemasaran secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Cireng Jontor?

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Cireng Jontor, namun jumlahnya tidak diketahui sehingga pengambilan sampel akan dilakukan dengan metode non random sampling yaitu purposive sampling sebanyak 90 responden. Data akan dianalisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, bauran pemasaran yang terdiri atas produk, harga, promosi, dan lokasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.