

ABSTRAK

A. Subhanatullah. As, (2023). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk makanan dan minuman pada (Indomaret) di kabupaten pangkep. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Andi Mappatempo dan Pembimbing II Syartini Indrayani.

Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada (Indomaret) di kabupaten pangkep, 2) untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada (Indomaret) di kabupaten pangkep, 3) untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada (Indomaret) di kabupaten pangkep, 4) untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian makanan dan minuman pada (Indomaret) di kabupaten pangkep. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan sampel sebanyak 190 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada (Indomaret) di kabupaten pangkep.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

A. Subhanatullah. As,(2023). Effect of marketing mix on purchasing decisions of food and beverage products at (Indomaret) in Pangkep district. Thesis of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Supervisor I Andi Mappatempo and Supervisor II Syartini Indrayani.

This study aims 1) to determine the effect of products on purchasing decisions for food and beverages at (Indomaret) in Pangkep district, 2) to determine the effect of prices on purchasing decisions for food and beverages at (Indomaret) in Pangkep district, 3) to determine the effect of place on food and beverage purchasing decisions at (Indomaret) in Pangkep district, 4) to determine the effect of promotions on food and beverage purchasing decisions at (Indomaret) in Pangkep district. The type of research used in this research is quantitative with a sample of 190 respondents. Data collection techniques using questionnaire techniques. The data analysis technique uses multiple linear regression tests. The results showed that product, price, place, and promotion had a positive and significant effect on purchasing decisions at (Indomaret) in Pangkep district

Keywords: Marketing Mix and Purchase Decision