

ABSTRAK

MUHAMMAD MUSHAWWIR SYARIF (2023). Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pasar Agro Rondo Kabupaten Enrekang. Dibimbing Oleh Aulia dan Sherry Adelia Natsir Kalla.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan *marketing mix* terhadap keputusan pembelian pada pasar Agro Rondo Kabupaten Enrekang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode pengumpulan data yaitu Observasi, Interview, Kusioner dan Dokumentasi. Penelitian dilakukan pada Pasar Agro Rondo Kabupaten Enrekang dengan mengumpulkan data dan informasi dari narasumber yakni pengunjung pasar/konsumen Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Marketing mix* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian di Pasar Agro Rondo Kabupaten Enrekang, dilihat dari nilai F diperoleh sebesar 6,569 dengan tingkat signifikan 0,005.

Kata Kunci: Pasar Agro Rondo, *Marketing mix*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

MUHAMMAD MUSHAWWIR SYARIF (2023). *The Influence of Marketing mix on Consumer Shopping Decisions at the Agro Rondo Market, Enrekang Regency. Supervised by Aulia and Sherry Edella Natsir Kalla.*

The aim of this research is to determine the positive and significant influence of the marketing mix on purchasing decisions at the Agro Rondo market, Enrekang Regency. This type of research is quantitative with data collection methods, namely observation, interviews, questionnaires and documentation. Research was conducted at the Agro Rondo Market, Enrekang Regency by collecting data and information from sources, namely market visitors/consumers. The results of the research show that the Marketing mix has a significant effect on purchasing decisions at the Agro Rondo Market, Enrekang Regency, seen from the F value obtained at 6.569 with a significance level of 0.005.

Keywords: Rondo Agro Market, Marketing mix, Purchase Decision.

