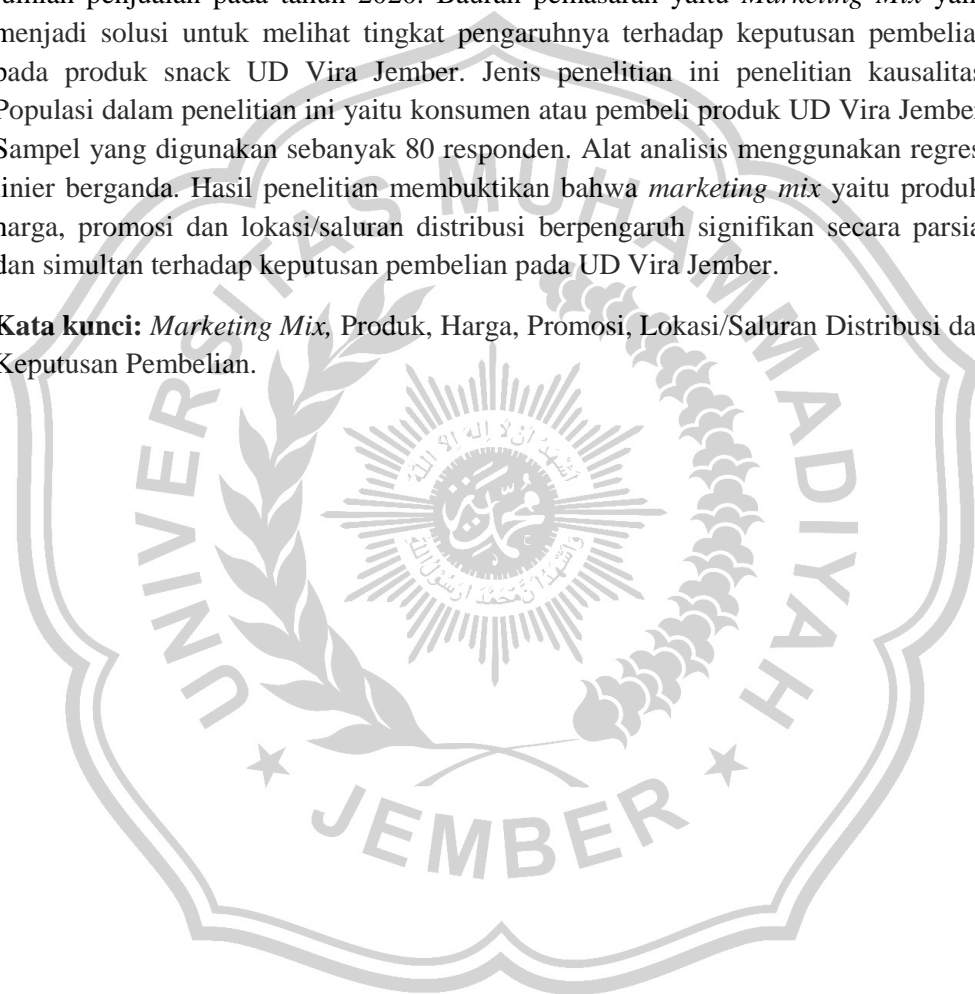


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *marketing mix* yaitu produk, harga, promosi dan lokasi/saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada UD Vira Jember, dimana pada UD Vira sedang mengalami fluktuasi jumlah penjualan pada tahun 2020. Bauran pemasaran yaitu *Marketing Mix* yang menjadi solusi untuk melihat tingkat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk snack UD Vira Jember. Jenis penelitian ini penelitian kausalitas. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen atau pembeli produk UD Vira Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 80 responden. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa *marketing mix* yaitu produk, harga, promosi dan lokasi/saluran distribusi berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada UD Vira Jember.

Kata kunci: *Marketing Mix*, Produk, Harga, Promosi, Lokasi/Saluran Distribusi dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to test and analyze the influence of marketing mix, namely products, prices, promotions and distribution locations / channels on purchasing decisions at UD Vira Jember, where ud Vira is experiencing fluctuations in sales numbers in 2020. Marketing mix is a solution to see the level of influence on purchasing decisions on snack products UD Vira Jember. This type of research research causality. The population in this study is consumers or buyers of UD Vira Jember products. The sample used as many as 80 respondents. Analysis tools use multiple linear regressions. The results prove that marketing mix, namely products, prices, promotions and distribution locations / channels have a significant partial and simultaneous effect on purchasing decisions at UD Vira Jember.

Keywords: *Marketing Mix, Product, Price, Promotion, Location/Distribution Channel and Purchase Decision.*

