

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk PT. Natural Nusantara (Studi Kasus Di Stockist P.1969). Populasi dari penelitian ini adalah Konsumen PT. Natural Nusantara Stockist P.1969 yang tidak bisa dihitung jumlah pastinya. Pengambilan sampel diambil dengan menggunakan metode jenis purposive sampling. Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, Harga, tempat, dan Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Natural Nusantara.

Kata Kunci: Kualitas produk, Harga, Tempat, Promosi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to see the effect of the marketing mix on product decisions of PT. Natural Nusantara (Case Study at Stockist P.1969). The population of this research is the consumers of PT. Natural Nusantara Stockist P.1969 whose exact number cannot be calculated. Sampling was taken using purposive sampling type method. The number of samples to be used in this study were 80 respondents. The data used in this study are primary data. The analytical tool used is multiple linear regression analysis to see the effect of the independent variable on the dependent variable. The results showed that the quality of the product, Price, Place, and Promotion had an effect on the Product Purchase Decision of PT. Nusantara Nature.

Keywords: Product quality, Price, Place, Promotion, and Purchase Decision

