

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari bauran pemasaran dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian pada Toko Baru Jaya Bondowoso, dimana pada Toko Baru Jaya Bondowoso sedang mengalami fluktuasi jumlah penjualan pada tahun 2020. Bauran pemasaran dan faktor psikologis yang menjadi solusi untuk melihat tingkat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk Toko Baru Jaya Bondowoso. Jenis penelitian ini penelitian kausalitas. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen atau pembeli produk Toko Baru Jaya Bondowoso. Sampel yang digunakan sebanyak 70 responden. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa bauran pemasaran dan faktor psikologis berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Baru Jaya Bondowoso.

Kata kunci: Bauran pemasaran, Faktor Psikologis, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of marketing mix and psychological factors on purchasing decisions at Toko Baru Jaya Bondowoso, where in Toko Baru Jaya Bondowoso is experiencing fluctuations in sales numbers in 2020. The marketing mix and psychological factors that are the solution to see the level of influence on purchasing decisions on Toko Baru Jaya Bondowoso products. This type of research is causality research. The population in this study is consumers or buyers of Toko Baru Jaya Bondowoso products. The sample was used by 70 respondents. The analysis tool uses multiple linear regressions. The results proved that the marketing mix and psychological factors had a partially significant effect on the purchase decision at Toko Baru Jaya Bondowoso.

Keywords: *Marketing Mix, Psychological Factors, Purchasing Decisions.*

