

ABSTRAK

Perkembangan bisnis industri di Indonesia saat ini sedang berkembang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat banyaknya industri yang sedang bersaing untuk merebut hati konsumen, melalui peningkatan kualitas produk maupun yang lainnya. Perkembangan ini pula terjadi karena permintaan pasar yang mulai melonjak setelah masa pandemi. Dalam menjalankan suatu bisnis penjualan produk berupa barang atau jasa, keputusan pembelian adalah hal yang harus benar-benar diperhatikan karena konsumen adalah sasaran utama dalam menjual suatu produk, salah satu solusinya yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran atau yang lebih dikenal dengan *marketing mix*. Dalam industri sektor makanan dan minuman ini banyak sekali macamnya. Seiring berjalannya waktu di kota Jember banyak bermunculan usaha industri makanan salah satunya industri makanan keripik yaitu kripik singkong Ridho-Susi Silo Jember. Dimana kripik singkong Ridho-Susi Silo Jember adalah salah satu industri makanan yang menjual produk cemilan kripik, yang saat ini sedang mengalami *trend* penjualan yang menurun. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis produk, harga, promosi, lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kripik singkong di Ridho-Susi Silo Jember. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen kripik singkong Ridho-Susi Silo Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 80 responden dengan menggunakan teknik *puposive sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan produk, harga, promosi, lokasi berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian kripik singkong di Ridho-Susi Silo Jember.

Kata kunci: Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The development of industrial business in Indonesia is currently growing very rapidly. This can be seen by the number of industries that are competing to win the hearts of consumers, through improving product quality and others. This development also occurred because of market demand which began to soar after the pandemic. In running a business selling products in the form of goods or services, purchasing decisions are things that must really be considered because consumers are the main target in selling a product, one solution is to use the marketing mix or better known as the marketing mix. In the food and beverage sector, there are many kinds. Over time in the city of Jember, many food industry businesses have sprung up, one of which is the food chip industry, namely Ridho-Susi Silo Jember cassava chips. Where Ridho-Susi's cassava chips Silo Jember is one of the food industries that sells crispy snack products, which is currently experiencing a declining sales trend. The purpose of this study was to determine and analyze the product, price, promotion, location had a significant effect on purchasing decisions of cassava chips in Ridho-Susi Silo Jember. The population in this study were Ridho-Susi Silo Jember cassava chips consumers. The sample used was 80 respondents using a purposive sampling technique. The analysis tool uses multiple linear regression. The results showed that product, price, promotion, location had a significant partial and simultaneous effect on purchasing decisions for cassava chips in Ridho-Susi Silo Jember.

Keywords : *Product, Price, Promotion, Location, Purchase Decision.*

