

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris pengaruh produk, harga, promosi, terhadap perilaku pembelian produk *bundling* Bioskop Cinemaxx Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang pernah membeli produk *bundling* Bioskop Cinemaxx Jember, yang kemudian diambil sebagai sampel sebanyak 108 orang dengan menggunakan teknik purposive sampling. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert yang sudah diuji cobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Kata kunci : produk *bundling*, produk, harga, promosi, dan perilaku konsumen.



ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze and provide empirical evidence of the influence of product, price, promotion, on the behavior of purchasing bundling products of Cinemaxx Jember Cinema. The population in this study were people who had bought the Cinemaxx Jember Cinema bundling product, which was then taken as a sample of 108 people using purposive sampling technique. The instrument of data collection uses a questionnaire with a Likert scale that has been tested and has met the requirements of validity and reliability.

Keywords: bundling product, product, price, promotion, and consumer behavior.

