

## Abstrak

Penelitian ini dilakukan berdasarkan adanya fenomena yang terjadi pada pemancingan Suko Kecamatan Lumajang yang sudah berdiri selama 22 tahun dari tahun 1999 yang mengalami peningkatan, pemancingan ini sudah memiliki 18 petak pemancingan dengan penghasilan yang sangat besar pertahunnya dan pemancingan ini merupakan pemancingan terbesar yang berada di kecamatan lumajang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan sarana fisik terhadap pengambilan keputusan terhadap konsumen pengguna jasa di pemancingan suko. Penelitian ini dilakukan pada konsumen pengguna jasa pemancingan suko dengan jumlah sampel 80 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purpose sampling, dengan kriteria responden yang telah menggunakan jasa di pemancingan tersebut minimal dua kali. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang menggunakan software SPSS. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan secara parsial pada variabel produk, harga, lokasi, orang dan sarana fisik terhadap pengambilan keputusan, untuk variabel promosi dan proses berpengaruh signifikan. Kemudian secara simultan variabel produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan sarana fisik berpengaruh secara simultan terhadap pengambilan keputusan.

Kata Kunci : Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Orang, Proses, Sarana Fisik Dan Pengambilan Keputusan

## *Abstract*

*This research was conducted based on the phenomenon that occurs in Suko fishing in Lumajang District which has been established for 22 years from 1999 which has increased, this fishing area already has 18 fishing plots with very large income per year and this fishing is the largest fishing in Lumajang district. . This study aims to determine the effect of products, prices, locations, promotions, people, processes and physical facilities on decision making on consumers who use services in suko fishing. This research was conducted on consumers who use suko fishing services with a sample of 80 respondents. The sampling technique used is purpose sampling, with the criteria of respondents who have used the fishing services at least twice. The data analysis technique in this study is multiple linear regression analysis using SPSS software. The results of this study reveal that there is a partially insignificant effect on the product, price, location, people and physical facilities variables on decision making, for the promotion and process variables have a significant effect. Then simultaneously the variables of product, price, location, promotion, people, processes and physical facilities have a simultaneous effect on decision making.*

*Keywords: Product, Price, Location, Promotion, People, Process, Physical Facilities and Decision Making*

