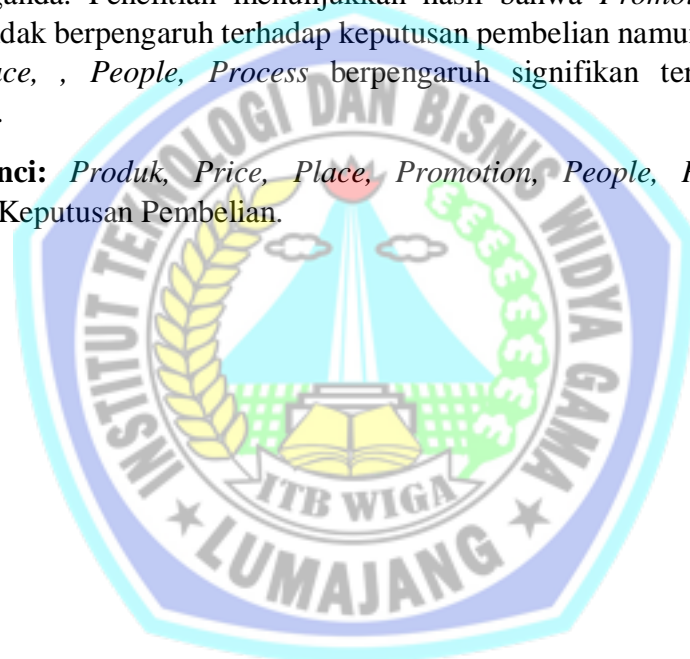


ABSTRAK

Penelitian ini berupaya untuk mengetahui dan menganalisis bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk pakan ternak ayam broiler pada Toko Sari Ternak Tekung Lumajang. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer menggunakan kuisioner yang diberikan kepada responden sejumlah sampel penelitian. Sampel penelitian merupakan responden yang berjumlah 86 orang, sampel penelitian diambil dari populasi banyaknya butik konsumen Toko Sari Ternak Tekung Lumajang. Variabel dependen adalah keputusan pembelian dengan 5 indikator. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *produk, price, place, promotion, people, process, physical evidence*. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian menunjukkan hasil bahwa *Promotion* dan *physical evidence* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian namun variabel *produk, price, Place, , People, Process* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Produk, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Keputusan Pembelian.*



ABSTRACT

This study seeks to determine and analyze the marketing mix on purchasing decisions for broiler chicken feed Products at the Sari Ternak Tekung Lumajang Store. The research method uses descriptive quantitative. The data used is primary data using a questionnaire given to respondents a number of research samples. The research sample consisted of 86 respondents, the research sample was taken from the population of many consumer boutiques at Toko Sari Ternak Tekung Lumajang. The dependent variable is the purchase decision with 5 indicators. The independent variables in this study are Product, price, Place, Promotion, People, Process, physical evidence. Analysis of the data used using multiple linear regression analysis. Research shows that Promotion and physical evidence have no effect on purchasing decisions but Product, price, Place, , People, Process variables have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Produk, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Purchase Decision.*

