

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi, lokasi) terhadap Keputusan Pembelian Pada VRDNAL *Petshop* Kelapa Gading. Populasi dalam penelitian ini adalah 135 Konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Slovin dan sampel yang terpilih adalah 101 konsumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan non probabilitas. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, metode analisa dengan aplikasi SPSS model regresi linear berganda. Sumber data yang digunakan data primer yang diambil langsung dari responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, dan Harga, tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sementara Lokasi, dan Promosi, berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada VRDNAL *Petshop* Kelapa Gading.

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



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of the marketing mix (product, price, promotion, location) on the Purchasing Decision at VRDNAL Petshop Kelapa Gading. The population in this study was 135 Consumers. The sampling technique used the Slovin method and the selected sample was 101 consumers. The data collection technique used in this study is non-probability. This study uses quantitative data, analytical methods with the application of SPSS multiple linear regression models. The data source used primary data was taken directly from the respondents. The results showed that Product Quality, and Price, have no influence on Purchasing Decisions. While Location, and Promotions, have a significant effect on Purchasing Decisions at VRDNAL Petshop Kelapa Gading.

Keywords: Marketing Mix, Products, Price, Promotions, Location, Purchasing Decision.

