

ABSTRAK

Vita Sofiyana, 2022 : Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Keripik Singkong Sabar Menanti di Kabupaten Sumenep. Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Muh. Syarif, Drs. Ec., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian pada UMKM keripik singkong sabar menanti di Kabupaten Sumenep. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Teknik penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Untuk instrumen pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner yang disebar ke konsumen yang membeli keripik singkong sabar menanti. Variabel bebas pada penelitian ini adalah produk, harga, promosi, dan distribusi, sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian.

Hasil dari penelitian menyimpulkan bahwa variabel produk (X1), harga (X2) dan promosi (X3), distribusi (X4) berpengaruh signifikan dan simultan terhadap keputusan pembelian (Y) keripik singkong sabar menanti di kabupaten Sumenep. Perlunya peningkatan promosi dengan penggunaan media sosial dalam pemasaran produk keripik singkong sabar menanti yaitu agar produk tersebut lebih dikenal banyak orang, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Distribusi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Vita Sofiyana, 2022 : *The Influence of Product, Price, Promotion and Distribution on Purchasing Decisions in UMKM Sabar Menanti Chips in Sumenep District. Under the guidance of Dr. H. Muh Syarif, Drs. Ec., M.Sc.*

This study aims to determine the effect of product, price, promotion and distribution on purchasing decisions in UMKM Sabar Menanti Chips in Sumenep District. The research method used in this research is quantitative method. This research technique used purposive sampling with a total sample of 97 respondents. For data collection instruments used in the form of questionnaires distributed to consumers who have bought sabar menanti chips patiently waiting. The independent variables in this study are product, price, promotion and distribution, while the dependent variable is the purchase decision.

The results of the study concluded that the variable product (X1), price (X2), promotion (X3) and distribution (X4) variables had a significant and simultaneous effect on purchasing decisions (Y) for patiently waiting sabar menanti chips in Sumenep District. The need for increased promotion with the use of social media in marketing sabar menanti chips products is waiting patiently so that the product is better known to many people, so that it can improve purchasing decisions.

Keywords : Product, Price, Promotion, Distribution, Purchase Decision