

ABSTRAK

Azura, Davina Rahma Nurdin 2025. Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Geprek Wow Cabang Surabaya di PT Maharani Sukses Jaya. Tugas Akhir. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura, Pembimbing Dr. Uswatun Hasanah, S.E., M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Geprek Wow di cabang Surabaya PT Maharani Sukses Jaya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan industri makanan cepat saji di Indonesia yang menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu bersaing dengan memahami preferensi dan perilaku konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam terhadap sepuluh konsumen Geprek Wow, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat unsur bauran pemasaran tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Produk Geprek Wow dinilai unggul dari segi rasa, variasi menu, dan kemasan yang ramah lingkungan. Faktor harga yang terjangkau menjadi pertimbangan utama bagi konsumen, khususnya mahasiswa. Lokasi gerai yang strategis memudahkan akses dan mendorong keputusan pembelian langsung di tempat. Namun, aspek promosi masih dinilai kurang optimal karena mayoritas konsumen belum mengenal Geprek Wow melalui media sosial maupun promosi digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa bauran pemasaran yang efektif memegang peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Untuk meningkatkan daya saing, Geprek Wow disarankan untuk memperkuat promosi digital, mengembangkan variasi menu, serta menjaga kualitas produk dan layanan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Produk, Harga, Tempat, Promosi.

ABSTRACT

Azura, Davina Rahma Nurdin 2025. Marketing Mix Analysis on Consumer Purchasing Decisions on Geprek Wow Products Surabaya Branch at PT Maharani Sukses Jaya. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Trunojoyo Madura University, Supervisor Dr. Uswatun Hasanah, S.E., M.Sc.

This study aims to analyze the influence of the marketing mix consisting of product, price, place, and promotion on consumer purchasing decisions for Geprek Wow products at the Surabaya branch of PT Maharani Sukses Jaya. This study was motivated by the rapid growth of the fast food industry in Indonesia which requires every business actor to be able to compete by understanding consumer preferences and behavior. The research method used is descriptive qualitative with a case study approach. Data collection was carried out through observation, in-depth interviews with ten Geprek Wow consumers, and documentation. The results of the study showed that the four elements of the marketing mix influenced consumer purchasing decisions. Geprek Wow products are considered superior in terms of taste, menu variations, and environmentally friendly packaging. Affordable prices are the main considerations for consumers, especially students and young workers. The strategic location of the outlet makes it easy for consumers to access and encourage direct purchases. However, the promotion aspect is still considered less than optimal, because most consumers are not familiar with Geprek Wow through social media or digital promotions. This study concludes that an effective marketing mix plays an important role in influencing consumer purchasing decisions. To increase competitiveness, Geprek Wow is advised to strengthen its digital promotion strategy, develop menu variations, and maintain the quality of its products and services.

Keywords: Marketing Mix, Purchasing Decision, Product, Price, Place, Promotion.