

ABSTRAK

**ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX 4P TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM
ALAMANDA LEATHER**

Fania Setia Chandra
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh *product* terhadap keputusan pembelian (2) pengaruh *price* terhadap keputusan pembelian (3) pengaruh *promotion* terhadap keputusan pembelian (4) pengaruh *place* terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari Alamanda Leather. Pengambilan sampel menggunakan teknik *saturation sampling*, data yang didapatkan dari pembagian kuesioner kepada 70 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistic* versi 26. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) *product* berpengaruh terhadap keputusan pembelian (2) *price* berpengaruh terhadap keputusan pembelian (3) *promotion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian (4) *place* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Marketing Mix* 4P, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

**ANALYSIS THE INFLUENCE OF MARKETING MIX 4P TOWARDS
PURCHASING DECISION OF
ALAMANDA LEATHER**

Fania Setia Chandra
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2024

This research aims to determine (1) the influence of product on purchasing decisions (2) the influence of price on purchasing decisions (3) the influence of promotion on purchasing decisions (4) the influence of place on purchasing decisions. The population in this study is customers of Alamanda Leather. The sampling technique used in this research was saturation sampling technique, data obtained from distributing questionnaires to 70 respondents. The data analysis techniques in this research are descriptive analysis and multiple linear regression analysis using IBM SPSS Statistical version 26. The results of this study were: (1) product influenced purchasing decisions (2) price influenced purchasing decisions (3) promotion influenced purchasing decisions (4) place had no influence on purchasing decisions.

Keywords: Marketing Mix 4P, Purchasing Decisio