

**THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON PURCHASE DECISIONS ON  
HILO MILK PRODUCTS IN BANDAR LAMPUNG**

**By**

***Supendi***

**ABSTRACT**

*Opportunities for the development of the milk processing industry are wide open to grow and develop in connection with the increasing population. Therefore, every company is required to continue to innovate in terms of marketing mix strategies to achieve company goals and understand what is happening in the market and what consumers want in order to make decisions about choosing the company's products. This study aims to analyze the effect of product, price, promotion, and location on purchasing decisions for HiLo milk products in Bandar Lampung. The data analysis method used is multiple linear regression. The sampling technique used in this study was purposive sampling with a sample size of 100 respondents. The research results simultaneously show that product, price, promotion, and location have a significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, partially, promotion and location have a significant effect on purchasing decisions for HiLo milk products in Bandar Lampung. Then, product and price did not have a significant effect on the decision to purchase HiLo milk products in Bandar Lampung. For PT. Nutrifood to maintain the existing HiLo milk brand, because the HiLo milk brand has been known by various groups of people with the price offered is always stable accompanied by various kinds of promotions, so that it can increase purchasing decisions and be profitable for the company.*

**Keywords:** *Product, Price, Promotion, Location, Purchase Decision, HiLo Milk.*

# **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU HILO DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Supendi**

## **ABSTRAK**

Peluang perkembangan industri pengolahan susu terbuka luas untuk tumbuh dan berkembang sehubungan dengan meningkatnya jumlah penduduk. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dalam hal strategi bauran pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan serta memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumennya agar dapat mengambil keputusan memilih produk perusahaannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk susu HiLo di Bandar Lampung. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa produk, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk susu HiLo di Bandar Lampung. Lalu, produk dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk susu HiLo di Bandar Lampung. Bagi perusahaan PT. Nutrifood untuk tetap mempertahankan merek susu HiLo yang telah ada, karena merek susu HiLo sudah dikenal oleh berbagai kalangan masyarakat dengan harga yang ditawarkan selalu stabil disertai dengan berbagai macam promosi, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian dan menguntungkan bagi perusahaan.

**Kata kunci** : Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Keputusan Pembelian, Susu HiLo.