

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN (4P) TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN INDUSTRI FAST FOOD
(STUDI KASUS PADA SABANA FRIED CHICKEN DI KOTA BANDAR
LAMPUNG)**

Disusun Oleh :
Ichsan Danuarta
20411023

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menguji strategi pemasaran tentang pengaruh produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian sabana fried chicken di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh konsumen sabana fried chicken di Kota Bandar Lampung yang belum diketahui. Metode penarikan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode nonprobability sampling dengan menggunakan teknik purposive sampling yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 105 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan sejumlah pernyataan kepada para responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Keputusan Pembelian

MARKETING STRATEGY ANALYSIS (4P) ON CONSUMER
PURCHASING DECISIONS IN THE FAST FOOD INDUSTRY
(CASE STUDY ON SABANA FRIED CHICKEN IN BANDAR LAMPUNG
CITY)

Arranged by :
Ichsan Danuarta
20411023

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and test marketing strategies regarding the effect of product, price, place and promotion together (simultaneously) on purchasing decisions for sabana fried chicken in Bandar Lampung City. This research uses quantitative methods. The population in this study were all consumers of sabana fried chicken in Bandar Lampung City who were unknown. The sample withdrawal method used in this study is the nonprobability sampling method using purposive sampling technique where sampling is based on certain criteria determined by the researcher. The number of samples used in this study totalled 105 respondents. The data source used in this study using primary data obtained by distributing a number of statements to respondents. The data analysis technique in this study uses multiple linear regression analysis using the SPSS application programme. The results of this study indicate that product, price, place and promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions simultaneously and partially.

Keywords : *Marketing Strategy, Product, Price, Place, Promotion*