

**“Pengaruh Marketing Mix Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Oleh-oleh Khas Jember Pada UD Purnamajati Kabupaten Jember”**

Windy ¹⁾, Sumadi ²⁾, Bagus Putu Yhudia ³⁾

ABSTRAK

Pengambilan lokasi Tugas Akhir ini bertempat di UD Purnamajati Jln Kenanga No. 8 blok A9 Gebang – Kabupaten Jember. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh variabel produk, harga, promosi, saluran distribusi dan motivasi terhadap keputusan pembelian secara serempak, (2) untuk mengetahui pengaruh variabel produk, harga, promosi, saluran distribusi, dan motivasi terhadap keputusan pembelian secara parsial, (3) untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UD.Purnamajati. teknik analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa : (1) secara serempak atau bersama-sama diperoleh kesimpulan bahwa pengaruh variabel produk, harga, promosi, saluran distribusi dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) secara parsial variabel harga dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel produk, promosi dan saluran distribusi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pada UD Purnamajati adalah variabel motivasi.

Kata Kunci : *Keputusan Pembelian, produk oleh-oleh khas Jember*

- 1) Mahasiswa Politeknik Negeri Jember, Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi Manajemen Agroindustri
- 2) Dosen Politeknik Negeri Jember, Jurusan Manajemen Agribisnis
- 3) Dosen Politeknik Negeri Jember, Jurusan Manajemen Agribisnis

***The Influence of Marketing Mix towards Consumer Buying Decision on Local
Delicacy of Jember in ‘UD Purnamajati’, Jember Regency.***

Windy ¹⁾, Sumadi ²⁾, Bagus Putu Yhudia K,MP ³⁾

ABSTRACT

The data in this final project was taken from UD Purnamajati Jln Kenanga No. 8 blok A9 Gebang - Jember Regency. This study aims to: (1) determining the effect of product, price, promotion, distribution channels, and motivation on buying decision variables simultaneously. (2) determining the effect of product, price, promotion, distribution channels, and motivation on buying decision variables partially. (3) highlighting the most dominant variables that influence the buying decision in UD Purnamajati. This study uses multiple linear regression technique. The analysis brings the conclusions : (1) simultaneously, there are significant influences of product, price, promotion, distribution channels, and motivation variables toward the consumer buying decision. (2) partially, there are significant influences of price and motivation variables toward the consumer buying decision. However, product, promotion, and distribution channels variables influence insignificantly. (3) the most dominant variable on the consumer buying decision in UD Purnamajati is motivation.

Keywords : *buying decision, local delicacy of Jember.*

- (1) Student of Agroindustry Management, Department of Agribusiness Management, Politeknik Negeri Jember.
- (2) Lecturer of Agribusiness Management, Politeknik Negeri Jember.
- (3) Lecturer of Agribusiness Management, Politeknik Negeri Jember.