

Adel Trudis Nurya Jeni, 14312021, **PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PIZZA HUT DELIVERY GRESIK**, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, 02 Juli 2018.

Abstraksi

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel produk, harga, tempat, dan promosi penjualan secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Pizza Hut Delivery* Gresik. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan Manajer *Pizza Hut Delivery* Gresik.

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang tujuannya untuk menghitung besarnya koefisien regresi yang akan menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas yang terdiri dari variabel produk, harga, tempat, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk, harga, tempat, dan promosi penjualan secara parsial berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci : produk, harga, tempat, promosi, dan keputusan pembelian

Adel Trudis Nurya Jeni, 14312021, **PRODUCT EFFECT, PRICE, PLACE, PROMOTION TO DECISION PURCHASE PIZZA HUT DELIVERY GRESIK**, Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Gresik, July 02, 2018.

Abstract

The purpose of this study is to determine whether the product variables, prices, places, and sales promotion partially have an influence on purchasing decisions on Pizza Hut Delivery Gresik. The type of data used is the primary data. The primary data was obtained through direct interview with Pizza Hut Delivery Manager Gresik.

The technique of data analysis used is doubled linear regression whose purpose is to calculate the regression coefficient which will show the effect of free variable consisting of product variable, price, place, and sales promotion to purchase decision. Based on the results of this study shows that product variables, prices, places, and sales promotion partially affect the purchase decision variables.

Keywords: product, price, place, promotion, and purchase decision