

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SWALAYAN
KARISMA RETAIL& GROSIR
(Studi pada Siswa SMK Negeri 1 Malang)**

Eko Arief Kurniawan
(Program Studimanajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan, Malang)

Endi Sarwoko
Sri Wilujeng
(Program Studimanajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kanjuruhan, Malang)

ABSTRAK : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan variabel produk, harga, tempat, promosi terhadap keputusan pembelian Siswa/Siswi SMK Negeri 1 Malang di Karisma Retail & Grosir. Penelitian explanatory research dengan populasi target siswa/siswi SMK Negeri 1 Malang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan proportional random sampling. Sampel pada penelitian sebanyak 95 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil variabel produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh terhadap secara parsial terhadap keputusan pembelian siswa/siswi SMK Negeri 1 Malang di Karisma Retail & Grosir. Variabel produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh terhadap secara smultan terhadap keputusan pembelian siswa/siswi SMK Negeri 1 Malang di Karisma Retail & Grosir.

Kata kunci : produk, harga, tempat, promosi, keputusan pembelian