

ABSTRAK

Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ayam Organik O'Chicken Di Kota Padang

Oleh: Suci Hermiyenti

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: 1) pengaruh produk terhadap keputusan pembelian ulang. 2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ulang. 3) pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian ulang. 4) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian ulang. 5) pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian ulang.

Populasi penelitian ini adalah konsumen Kota Padang yang pernah membeli Ayam Organik O'Chicken. Sampel berjumlah 100 orang dengan teknik pengambilan sampel berupa *Acidental Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis induktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian ulang Ayam Organik O'Chicken di Kota Padang dengan diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,240. (2) harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian ulang Ayam Organik O'Chicken di Kota Padang dengan diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,208. (3) lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian ulang Ayam Organik O'Chicken di Kota Padang dengan diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,271. (4) promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian ulang Ayam Organik O'Chicken di Kota Padang dengan diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,278.