

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di UMKM sala lauk Bu Eti di Ulakan Kabupaten Padang Pariaman. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan keputusan konsumen saat membeli sala lauk di UMKM sala lauk Bu Eti dan memeriksa atribut buaran pemasaran yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode *marketing mix* dan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data, kuesioner yang digunakan sebanyak 80 responden dan kuesioner disebarakan kepada konsumen dari UMKM sala lauk Bu Eti. Penentuan 80 resoponden menggunakan metode *conviance sampling*. Setelah data di kumpulkan dilakukan uji validitas dan realibilitas setelah data valid dan reliabel data akan di uji menggunakan pengujian analisis faktor, regresi berganda dan uji hipotesis. Semua data yang di kumpulkan vaild dan reliabel. Hal ini menggunakan 7P atau 7 faktor yang digunakan untuk melihat pengaruh keputusan konsumen yaitu, produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan bukti fisik. Setelah di analisa ada 4 faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen saat membeli sala lauk di UMKM sala lauk Bu Eti yaitu, faktor tempat, faktor proses, faktor harga, dan faktor produk.

**Kata Kunci:** *Marketing Mix* , buaran pemasaran , Keputusan Konsumen, Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Proses, dan Bukti Fisik.

## ABSTRACT

*This research was conducted at UMKM sala lauk Bu Eti in Ulakan, Padang Pariaman Regency. This study aims to determine the consumer's decision when buying Bu Eti sala and examine the marketing waste attributes that affect consumer decisions. This study uses a marketing mix method and uses a questionnaire for data collection, the questionnaire used is 80 respondents and the questionnaire is distributed to consumers from UMKM sala lauk Bu Eti. The determination of 80 respondents used the convenience sampling method. After the data is collected, validity and reliability tests are carried out after the data is valid and the data reliable will be tested using factor analysis testing, multiple regression and hypothesis testing. All data collected are valid and reliable. This uses 7P or 7 factors that are used to see the effect of consumer decisions, namely, product, price, promotion, place, person, process and physical evidence. After analyzing there are 4 factors that most influence consumer decisions when buying sala side dishes at MSMEs sala side dishes, Mrs. Eti, namely, place factors, process factors, price factors, and product factors.*

**Keywords:** *Marketing Mix, marketing waste, Consumer Decisions, Products, Prices, Promotions, Places, People, Processes, and Physical Evidence.*