

ABSTRAK

Perkembangan industri peternakan di Indonesia memiliki peran penting dalam menyediakan pangan hewani yang bergizi serta mendukung pertumbuhan ekonomi. Garuda PS adalah perusahaan ayam broiler yang mengalami peningkatan penjualan sejak berdiri pada tahun 2020. Namun, sejak tahun 2022 penjualan mengalami penurunan. Berdasarkan identifikasi penyebab, konsep teori yang digunakan mencakup produk, harga, tempat, promosi, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis deskriptif dan kausal, melibatkan sampel sebanyak 200 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen Garuda PS di Kota Tasikmalaya. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 29 dengan pendekatan deskriptif, uji normalitas, regresi linier berganda.

Penelitian ini memberikan hasil yaitu adanya pengaruh dan hubungan yang signifikan dari *product*, *price*, *place* dan *promotion* semuanya memiliki pengaruh positif yang signifikan. Koefisien determinasi sebesar 68.3% menunjukkan bahwa *product*, *price*, *place* dan *promotion* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan 31,7% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Penelitian ini merekomendasikan agar Garuda PS untuk memperhatikan lebih lanjut aspek *product*, *price*, *place* dan *promotion*, terutama pada *place* dan *product*, karena kedua variabel ini memiliki pengaruh paling tinggi pada keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Product, Price, Place, Promotion, Keputusan Pembelian*