

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *Product*, *Pice*, *Promotion* dan *Place* terhadap keputusan pembelian produk pada UMKM Taman Kelun Madiun. Sumber data yang digunakan merupakan data primer, data yang diperoleh dari pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 404 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS (*Partial Least Square*) Versi 4.0.

Hasil dari penelitian ini *Product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Taman Kelun, *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Taman Kelun, *Promotion* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Taman Kelun dan *Place* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Taman Kelun.

ABSTRACT

The aim of this research is to provide empirical evidence regarding the influence of Product, Price, Promotion and Place on product purchasing decisions at Taman Kelun Madiun MSMEs. The data source used is primary data, data obtained from data collection using a questionnaire with a sample of 404 respondents. The research method used is a quantitative approach using Structural Equation Model (SEM) analysis with the help of SmartPLS (Partial Least Square) software Version 4.0.

The results of this research: Product has a positive and significant effect on purchasing decisions at Taman Kelun MSMEs, Price has a positive and significant effect on purchasing decisions at Taman Kelun MSMEs, Promotion has no positive and significant effect on purchasing decisions at Taman Kelun MSMEs and Place has a positive and significant effect on purchasing decisions at Taman Kelun MSMEs.