

## ABSTRAK

Era globalisasi dan perkembangan perdagangan dunia telah menyebabkan semakin ketatnya persaingan bagi dunia usaha dalam upaya untuk menembus pasaran yang semakin luas. Persaingan yang ketat dalam perdagangan tidak saja menerpa pada satu perusahaan saja, namun juga berlaku pada hampir semua jenis perusahaan. Untuk meraih posisi yang lebih baik, maka setiap perusahaan harus memperhatikan bauran pemasaran yang dibuat oleh perusahaan agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Salah satunya adalah perusahaan Giant Hypermarket.. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Giant Hypermarket Mega Bekasi Mall. Tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui tingkat bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi pada Giant Hypermarket Mega Bekasi Mall, Untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumen pada Giant Hypermarket Mega Bekasi Mall, Untuk mengetahui tingkat bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Giant Hypermarket Mega Bekasi Mall.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan metode kuantitatif terhadap 100 responden yaitu konsumen Giant Hypermarket Mega Bekasi Mall. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

**Kata kunci :** Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian,