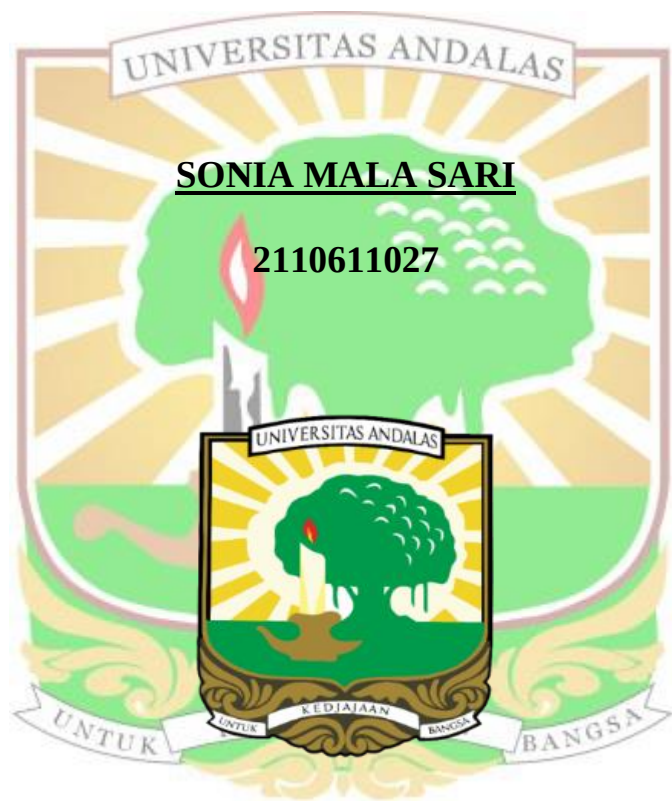


**PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU
(Studi Kasus di Outlet Odamilk Siteba Kota Padang)**

SKRIPSI

Oleh:



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2026**

**PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU
(Studi Kasus di Outlet Odamilk Siteba Kota Padang)**

SKRIPSI

Oleh:



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2026**

PENGARUH PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU (Studi Kasus di Outlet Odamilk Siteba Kota Padang)

Sonia Mala Sari, di bawah bimbingan
Dr. Nurhayati, S.Pt., M.M dan **Noni Novarista, S.Pt., M.Si**
Departemen Pembangunan dan Bisnis Peternakan, Fakultas
Peternakan Universitas Andalas Padang, 2026



Penelitian ini bertujuan untuk 1.) mengetahui karakteristik konsumen yang melakukan pembelian susu di Outlet Odamilk Siteba Kota Padang dan untuk 2.) menganalisis pengaruh produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Outlet Odamilk Siteba Padang. Penelitian ini dilaksanakan di Outlet Odamilk Jalan Raya Siteba No. 79, Simpang Jakarta, Kota Padang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan program SmartPLS versi 4.1.1.6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen adalah perempuan berusia 25–35 tahun dengan latar belakang pendidikan SMA/ sederajat dan mayoritas berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga. Tingginya konsumsi pada kelompok usia produktif ini dipengaruhi oleh gaya hidup modern dan kesadaran akan pentingnya nutrisi untuk menjaga kesehatan keluarga. Analisis SEM-PLS membuktikan bahwa keempat variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan masing-masing memiliki nilai *P-value* $< 0,05$ yaitu faktor produk ($P=0,008$), faktor harga ($P=0,005$), faktor lokasi ($P=0,001$), dan promosi ($P < 0,001$).

Kata kunci: Harga, keputusan pembelian, Lokasi, Produk, Promosi, SEM-PLS