

Product Bundling dan Testimoni dalam Keputusan Pembelian

Siti Halimatusa Diah
Jurusan Manajemen S1, Stie Dr Khez Muttaqien
sitihalimatusadiyahstiemuttaqien@gmail.com

Iman Sidik Nusannas
Stie Dr Khez Muttaqien
imansidiknusannas@gmail.com

Patoni
Stie Dr Khez Muttaqien
patonipkn@gmail.com

ABSTRACT.

The purpose of writing this article is to determine the effect of product bundling marketing strategies and testimonials in purchasing decisions on consumers of pedo grilled chicken restaurants from several journals that have been analyzed. The research method used is to use a systematic literature review by analyzing 15 research journals published in 2019-2023 on product bundling and testimonials in purchasing decisions. Based on the results obtained from 15 journals that have been analyzed, namely previous research states that 15 journals regarding bundling products and testimonials in purchasing decisions have significant results. previous research states that there are 2 journals which state that the product bundling strategy in purchasing decisions has significant positive results, previous research states that there are 2 journals which state that the product bundling strategy in purchasing decisions has significant results. Previous research states that there are 9 journals which state that testimonials in purchasing decisions have positive significant results, previous research states that there are 1 journals which state that testimonials in purchasing decisions have negative results, previous research states that there are 6 journals which state that testimonials in purchasing decisions have significant results. Testimonials are one of the factors that influence.

Keywords – Product bundling strategy, testimonials, purchasing decisions

Paper types – *Study Literatur*

ABSTRAK.

Tujuan penulisan artikel ini untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran bundling produk dan testimoni dalam keputusan pembelian terhadap konsumen rumah makan ayam bakar pedo dari beberapa jurnal yang telah dianalisis. Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan systematic literature review dengan menganalisis 15 jurnal penelitian yang dipublikasikan tahun 2019-2023 tentang bundling product dan testimoni dalam keputusan pembelian. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari 15 jurnal yang sudah dianalisis yaitu penelitian terdahulu menyatakan bahwa 15 jurnal mengenai bundling product dan testimoni dalam keputusan pembelian terdapat hasil yang berpengaruh signifikan. penelitian terdahulu menyatakan bahwa terdapat 2 jurnal yang menyatakan bahwa strategi bundling produk dalam keputusan pembelian memiliki hasil yang signifikan positif, penelitian terdahulu menyatakan bahwa terdapat 2 jurnal yang menyatakan bahwa strategi bundling produk dalam keputusan pembelian memiliki hasil yang signifikan. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa terdapat 9 jurnal yang menyatakan bahwa testimoni dalam keputusan pembelian memiliki hasil yang signifikan positif, penelitian terdahulu menyatakan

bahwa terdapat 1 jurnal yang menyatakan bahwa testimoni dalam keputusan pembelian memiliki hasil negatif, penelitian terdahulu menyatakan bahwa terdapat 6 jurnal yang menyatakan bahwa testimoni dalam keputusan pembelian memiliki hasil yang signifikan. Testimoni merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada keputusan pembelian seorang konsumen. Daya tarik terhadap suatu produk akan meningkat ketika produk tersebut memiliki eksistensi yang tinggi salah satunya melalui testimoni. Hal tersebut dapat mendorong konsumen untuk menentukan keputusan pembelian karena terpengaruh oleh eksistensi yang dihadirkan oleh adanya testimoni.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang cukup besar pada testimoni dalam keputusan pembelian pada suatu produk, sehingga penelitian yang akan dilakukan selanjutnya yaitu memperdalam mengenai definisi dan indikator testimoni dan keputusan pembelian.

Kata Kunci - Strategi pemasaran bundling produk, testimoni, keputusan pembelian

Jenis Kertas - *Study Literatur*