

**Abstract:** This research aims to understand the influence of marketing mix towards Bananicekrim purchase decision that affect consumer satisfaction. This research is a quantitative research. The amount of samples taken are 150 people using people purposive sampling technique. measurement used was questionnaire that was disseminated toward consumer who buy the product. The results of hypothesis analysis shows that: product influence to purchase decision, price influence to purchase decision, distribution influence to purchase decision, promotion influence to purchase decision; marketing mix influence to purchase decision and purchase decision influence to consumer satisfaction.

**Keywords:** marketing mix, purchase decision, consumer satisfaction

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian Bananicekrim yang berdampak pada kepuasan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 150 orang dengan teknik purposive sampling. Pengukuran yang digunakan melalui kuesioner yang disebarkan kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian. Hasil analisis hipotesis menunjukkan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh keputusan pembelian; bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian; dan keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** bauran pemasaran, keputusan pembelian, kepuasan konsumen