

ABSTRAK

Nama : HENDRA

Judul skripsi : pengaruh bauran pemasaran produk Nokia terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kemajuan dalam dunia teknologi informasi saat ini telah menjadi bagian dari kehidupan yang tidak terpisahkan. Hal ini membuat persaingan di antara perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi semakin ketat. Telepon selular adalah salah satu produk dari kemajuan teknologi yang berkembang. Dan Nokia merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi telepon selular. Dimana pada saat ini, Nokia merupakan pemimpin pasar dari telepon selular baik di pasar internasional maupun di pasar domestik (Indonesia).

Penelitian ini mengambil tema mengenai “pengaruh bauran pemasaran produk Nokia terhadap keputusan pembelian konsumen”. Dimana yang menjadi identifikasi masalah adalah seberapa besar pengaruh bauran pemasaran handphone Nokia (Harga, Tempat distribusi, Promosi atau periklanan, dan Produk) terhadap keputusan pembelinya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan penjelasan yang bersifat deskriptif analisis dan verifikatif, adalah metode yang memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat variabel yang diselidiki. Dengan variabel bebas (X) adalah bauran pemasaran (Harga, Tempat distribusi, Promosi, dan Produk) handphone Nokia dan variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian. Pengumpulan data primer dilakukan dengan kuesioner, dengan total responden berjumlah 100 orang.

Hasil analisis statistik menunjukkan adanya hubungan yang positif secara bersama dan memiliki pengaruh antara bauran pemasaran (Harga, Tempat distribusi, Promosi, dan Produk) dengan keputusan pembelian konsumen sebesar 0.054 atau sebesar 5,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor yang lain. Sedangkan secara individu harga memiliki korelasi sebesar 0,291.