

ABSTRAK

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Nexian (Studi Pada Masyarakat di Bandar Lampung) Oleh: Melda Ayu Lestari

Pesatnya kemajuan teknologi memberikan dampak beranekaragamnya jenis produk *Handphone* yang ditawarkan dengan segala keunggulannya. Salah satu produk *Handphone* yang sesuai dengan kemajuan teknologi yaitu *Handphone* Nexian dengan desain yang mirip dengan BlackBerry.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi secara parsial dan simultan terhadap proses keputusan pembelian *handphone* Nexian di Bandar Lampung. dan untuk mengetahui faktor-faktor manakah yang paling dominan berpengaruh antara produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap proses keputusan pembelian *handphone* Nexian di Bandar Lampung.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif verifikatif. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *Handphone* Nexian di Bandar Lampung. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, sementara untuk menganalisis data digunakan analisis regresi linier berganda.

Besarnya pengaruh secara simultan antara produk, harga, distribusi dan promosi terhadap proses keputusan pembelian adalah 89,6%. Besarnya pengaruh masing-masing variabel yaitu produk sebesar 16,6%, harga sebesar 22,8%, distribusi sebesar 26%, dan promosi sebesar 45%. Dari hasil penelitian promosi memberikan pengaruh yang paling besar terhadap proses keputusan pembelian *Handphone* Nexian.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT
The Influence of Marketing Mix to The Purchase Decision Process of Nexian Handphone
(Study on Community in Bandar Lampung).
By: Melda Ayu Lestari

The rapid technology advancement offers various kinds of handphone products and its complete features. One of them is Nexian. Nexian is a gadget that perfectly follows technology advancement as well as has awesome product design just like BlackBerry

The aim of this research is to find out the influence of the following variables Product, Price, Distribution, and Promotion that partially and simultaneously to the purchase decision process of Nexian in Bandar Lampung. Besides, To find out the most dominant factor that influence on Product, Price, Distribution, and Promotion to the purchase decision process in Bandar Lampung.

This research uses descriptive verivacative research. The research sample was obtained from the users of Nexian located in Bandar Lampung. Besides, data collection was done through questionnaire. Meanwhile, the data were analyzed using multivarian linear regretion.

From the results of the research, we can see that Product, Price, Distribution, and Promotion have influence simultanly to the purchase decision process in 89,6%. Besides, the influence of each variables are 16,6% to product, 22,8% to price, 26% to distribution, and 45% to promotion. Based on this research, promotion gives the most dominant impact to the purchase decision of Nexian.

Key Word: Marketing Mix and Purchase Decision Process