

ABSTRACT

This research aims to know the influence of marketing mix on purchase decision of smartphone to customer smartphone Samsung at Kapuk Budi Rahayu, West Jakarta. Data was gathered through 100 respondent by using quantitative descriptive approach.

The result of this research proven from the result of the simultaneous test (F Test) show sig >0,05 whice means that the variable product, price, distribution and promotion simultaneously positif and signifikan impact on purchase decision of smartphone to customer smartphone Samsung at Kapuk Budi Rahayu, West Jakarta. The result of the partial test (T Test) show that product and price partially positif and significant impact on purchase decision of smartphone to customer smartphone Samsung at Kapuk Budi Rahayu, West Jakarta. The variable of distribution and promotion have no effect on purchase decision smartphone to customer smartphone Samsung at Kapuk Budi Rahayu, West Jakarta

Keywords: Product, Price, Distribution, Pomotion, Purchase Decision.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada konsumen *smartphone* Samsung di Kapuk Budi Rahayu, Jakarta Barat. Data dikumpulkan melalui 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai sig <0,05 yang berarti bahwa variable produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Kapuk Budi Rahayu Jakarta Barat. Hasil uji parsial (uji T) menunjukkan bahwa produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta distribusi dan promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung di Kapuk Budi Rahayu Jakarta Barat.

Kata kunci: Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Keputusan Pembelian