

ABSTRAK

SYARIFUDDIN. Analisis Faktor-Faktor Marketing Mix yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Memilih Semen Bosowa di Kota Makassar. Di bawah bimbingan Dr.Ir.Alugoro Mulyowahyudi, MSc sebagai Pembimbing Utama.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor produk, harga, promosi, dan tempat/distribusi yang mempengaruhi konsumen dalam memilih semen Bosowa di Kota Makassar

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survey dan tehnik kuisisioner. Sample dipilih dengan menggunakan tehnik *stratified random sampling*. Teknik penentuan sampel yang dapat mewakili populasi dari setiap strata dimasing-masing populasi konsumen semen Bosowa dilakukan secara proporsional dari setiap strata, yaitu untuk strata industri (proyek-proyek) terdiri dari pemerintah 76, swasta 67, industri 47 dan strata rumah tangga terdiri dari pegawai negeri/swasta 78, wiraswasta 52, jadi total responden 320, dari total populasi 1.600. Data dianalisis dengan regresi linear ganda dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor produk, harga, promosi dan tempat/distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih semen Bosowa di Kota Makassar, baik secara parsial maupun secara simultan. Diantara faktor-faktor tersebut yang paling dominan pengaruhnya adalah faktor harga terhadap keputusan memilih semen Bosowa di Kota Makassar dipanding dengan faktor produk, promosi dan tempat/ distribusi.