

ABSTRAK

Hidayat A 2006/77671: Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian blackberry pada mahasiswa Universitas Negeri Padang.

Pembimbing 1 : Bapak Prof. Dr. Yasri, MS
Pembimbing 2 : Bapak Perengki Susanto, SE. MM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, distribusi terhadap keputusan pembelian smartphone blackberry pada mahasiswa Universitas Negeri Padang pada tahun 2013. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Padang. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *proporsional random sampling* yang menggunakan rumus *slovin* dan diperoleh hasil sebanyak 100 orang. Analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan uji *f* dan *t* yang diolah menggunakan program SPSS versi 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (2) harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (3) promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (4) distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis menyarankan kepada perusahaan agar lebih memperhatikan keinginan pelanggan dalam penyampaian informasi. Terutama untuk mahasiswa agar dapat menggunakan handphone secara bijak ketika proses perkuliahan sedang berlangsung.