

ABSTRAK

Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Voucher Pulsa Telkom Flexi Trendy di Plasa Telkom Kota Padang

Oleh : Arviana Mandasari/2012

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Voucher Pulsa Telkom Flexi Trendy di Plasa Telkom Kota Padang.

Jenis penelitian ini adalah kausatif, dimana penelitian ini menggambarkan dan menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna yang sudah menggunakan produk dan jasa PT. Telkom terutama kartu Flexi Trendy di Kota Padang. Jenis data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel dilakukan berdasarkan *Accidental Sampling* dan penentuan ukuran sampel menggunakan pendapat Cochran. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan induktif melalui analisis jalur (*Path Analysis*). Hipotesis diuji dengan uji F dan uji t pada $\alpha = 0,05$.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Variabel Produk berpengaruh langsung sebesar 13,69% dan berpengaruh tidak langsung sebesar 21,82% terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa Telkom Flexi Trendy, (2) Variabel Harga berpengaruh langsung sebesar 10,63% dan berpengaruh tidak langsung sebesar -12,06% terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa Telkom Flexi Trendy, (3) Variabel Promosi berpengaruh langsung 14,06% dan pengaruh tidak langsung sebesar 19,82% Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa Telkom Flexi Trendy, (4) Variabel Distribusi berpengaruh langsung 0,08% dan pengaruh tidak langsung sebesar -1,01% terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa Telkom Flexi Trendy, (5) Variabel Orang berpengaruh langsung 23,04% dan pengaruh tidak langsung sebesar 29,7% terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa Telkom Flexi Trendy, (6) Variabel Proses berpengaruh langsung 0,04% dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,7% terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa Telkom Flexi Trendy, (7) Variabel Bukti Fisik berpengaruh langsung 1,66% dan pengaruh tidak langsung sebesar -7,63% terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa Telkom Flexi Trendy.