

ABSTRAK

Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar As Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Oleh : Rio Rahmawan/2012

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis (1) pengaruh produk terhadap keputusan pembelian kartu prabayar As; (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kartu prabayar As; (3) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar As; (4) pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian kartu prabayar As.

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yaitu bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FE UNP yang belum menggunakan kartu As. Penetapan sampel diambil secara *purposive sampling* dan pengukuran ukuran sampel berdasarkan pendapat Hair. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan induktif melalui analisis jalur (*path analysis*) serta uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu prabayar As; (2) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu prabayar As; (3) Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu prabayar As; (4) Tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu prabayar As.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka disarankan kepada PT. Telkomsel agar terus meningkatkan strategi bauran pemasarannya agar dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap kartu prabayar As.