

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG ANDROID.**

**Regina Suci Khairunnisa**

**ABSTRAK**

Fenomena *Smartphone* Samsung Android pun terjadi di Indonesia, hal tersebut dipengaruhi oleh bauran pemasaran produk *Smartphone* Samsung Android yang mencakup produk, harga, promosi, dan distribusi dalam memutuskan pembelian *Smartphone* Samsung Android oleh konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Universitas Telkom dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda, variabel distribusi memiliki pengaruh yang paling besar yaitu sebesar 0.664, sementara variabel harga memiliki pengaruh yang paling kecil yaitu sebesar -0.007.

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa keempat variabel independen berupa produk (X1), harga (X2), distribusi (X3) dan promosi (X4) yang diteliti terbukti positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen adalah keputusan pembelian. R Square menjelaskan angka 0,298, berarti bauran pemasaran mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 29,8%. Sedangkan sisanya 70,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

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