

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PILIHAN PONSEL MERK NOKIA DI KOTA MALANG

 Oleh: IGUH HIMAWAN (03610013)

Management

Dibuat: 2009-07-02 , dengan 3 file(s).

Keywords: Selular, Pilihan Merk, Konsumen

ABSTRAK

Telepon selular ponsel merupakan salah satu alat komunikasi tanpa kabel yang memungkinkan seseorang dapat berkomunikasi 2 arah. Lewat ponsel akan mendukung aktivitas menjadi lebih efektif dan efisien sebab ruang dan waktu tidak lagi menjadi kendala untuk melakukan aktivitas keseharian terutama komunikasi.

Banyak merk dan model ponsel tersedia di pasaran. Membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan untuk menentukan merk ponsel yang akan dibeli. Keputusan pilihan merk oleh konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah variabel bauran pemasaran. Perusahaan harus mampu mengetahui akan perilaku konsumen tersebut untuk mencapai tujuan perusahaan itu sendiri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap pilihan merk ponsel di kota Malang. Dan untuk mengetahui variabel yang mempunyai kontribusi terbesar terhadap pilihan ponsel merk Nokia di kota Malang.

Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel produk, harga, promosi, dan saluran distribusi mempunyai pengaruh signifikan terhadap pilihan ponsel merk Nokia di kota Malang yaitu analisis regresi logistik.

Dari hasil analisis tersebut, dapat diketahui bahwa variabel-variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap probabilitas sebesar 54,3%, sedang sisanya sebesar 45,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan model. Variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap probabilitas pilihan ponsel merk Nokia di kota Malang.

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis dapat mengimplikasikan bahwa sebaiknya pihak perusahaan untuk lebih memperhatikan dalam penetapan harga produk ponsel, untuk tetap dapat bersaing dengan perusahaan lain tanpa mengesampingkan produk, saluran distribusi yang lancar, dan sarana promosi yang tepat. Agar konsumen merasa puas akan produk tersebut.

ABSTRACT

Handphone cellular telephone be one of communication means without cable that make possible one can berkomunikasi 2 directions. via handphone will support activity will be effectiveer and efficient because space and time not again be obstacle to do activity keseharian especially communication.

Many brands and handphone model sdiat market. will make has many alternative choice to will determine handphone brand that be bought. brand choice decision by consumer can be influenced by several factors. one of them marketing hotchpotch variable. will company must can to detect consumer behaviour to will achieve aim company itself. this watchfulness aim detects to what influential marketing hotchpotch variables significant towards handphone brand choice at Malang city. and to detect variable that has biggest contribution towards brand handphone choice Nokia at Malang city.

Analyzer that used to detect to what product variable, price, promotion, and has

influence significant towards brand handphone choice nokia at Malang city that is logistics regression analysis.

From analysis result, knowable that influential marketing hotchpotch variables significant towards probability as big as 54,3%, the rest as big as 45,7% being influenced by variables other is not being putted into in model similarity. has influence significant towards brand handphone choice probability nokia at Malang city.

Based on conclusion above, author can mengimplikasi that best side company to be more pay attention in handphone product pricing, for permanent can compete with company other without mengkesamping product, fluent distribution channel, and correct promotion tool. so that consumer will felt satisfied product.