

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

***SMARTPHONE SAMSUNG***

**(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)**



Skripsi Oleh:

**ERY PERMANA**

**01111401105**

**Manajemen**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih*

*Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2018**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE SAMSUNG  
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)**

Disusun oleh:

Nama : Ery Permana  
NIM : 01111401105  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**Disetujui untuk digunakan dalam ujian Komprehensif**

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Ketua

Tanggal

: 19 Juli 2018



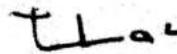
Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP. 19570714119840310005

Anggota

Tanggal

: 19 juli 2018



Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M

NIP. 195607011985031003

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

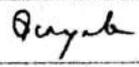
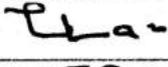
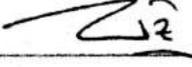
### PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)

Disusun oleh:

Nama : Ery permana  
NIM : 01111401105  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

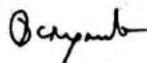
Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 31 Juli 2018 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian komprehensif  
Palembang, 31 Juli 2018

| No. | Nama Dosen                                              | TandaTangan                                                                           |
|-----|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Dr. Zakaria Wahab, M.B.A<br>NIP. 19570714119840310005   |  |
| 2.  | Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M<br>NIP. 195607011985031003 |  |
| 3.  | Welly Nailis, S.E, M.M<br>NIP. 197407102008011011       |   |

Mengetahui,

Ketua Jurusan



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.

NIP. 19570714119840310005

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Ery Permana  
NIM : 01111401105  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang).

Pembimbing :

Ketua : Dr. Zakaria Wahab, M.B.A  
Anggota : Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M  
Tanggal Ujian : 31 Juli 2018

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 31 Juli 2018



Ery Permana

NIM. 01111401105

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunina-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung” (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)**. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Sratra Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A. sebagai dosen pembimbing skripsi utama yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M. sebagai dosen pembimbing kedua yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A. sebagai Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Welly Nailis, S.E, M.M. sebagai sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Welly Nailis, S.E, M.M. sebagai dosen penguji yang telah membantu memberikan kritik dan saran dalam penyelesaian skripsi ini
6. Kedua Orang Tuaku, ayahanda Syafruddin, S.H. dan ibunda Suharni, S.H. serta saudariku, Kiki Violeta, Melly Oktaviani, Shania Varadela atas dukungan semangat baik moril maupun materil.
7. Teman-teman Manajemen C 2011 yang telah berjasa membantu kesuksesan penelitian skripsi ini.

Palembang, 31 Juli 2018

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis sangat menyadari bahwa penelitian dan penyusunan skripsi ini merupakan hasil kerjasama dari berbagai pihak, sehingga dengan segala kerendahan hati perkenankan penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT, karena berkat rahmat, ridha dan karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A., selaku pembimbing pertama dan Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M., selaku pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta saran dan pengarahan dalam penyusunan dan penyelesaian Skripsi ini.
5. Bapak Welly Nailis, S.E, M.M. selaku dosen penguji Skripsi yang telah memberikan sumbangan saran dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M., selaku Pengelola Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.
7. Ibu Aslamia Rosa. S.E., M.si., Phd., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dalam mengikuti perkuliahan.
8. Kedua Orang Tua ku yang tercinta dan tersayang, Papaku Kumpul. Syafruddin, S.H., dan Mamaku Suharni, S.H., terima kasih telah memberikan do'a dan dukungan baik moril maupun materil.
9. Saudariku Kiki Violeta, Melly Oktaviani, dan Shania Varadela terima kasih atas segala kasih sayang, semangat, serta do'a-do'a yang selalu mengiringi.
10. Kekasih tercinta Khairunnisa, S.E., M.si., terima kasih telah menemani dalam proses penyelesaian skripsi.
11. Sahabat ku M. Ichsan Eko Saputro, S.E. & Denny Bahana Juliansyah, S.E., terima kasih telah sangat membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
12. Seluruh teman-teman Manajemen C angkatan 2011 Palembang, terima kasih atas segala dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal ibadah kalian yang telah membantu penulis akan memperoleh balasan dari Allah SWT. Akhirnya, penulis berharap semoga Skripsi ini dapat membawa berkah dan manfaat bagi kita semua, Amin yaa rabbal alamin.

Palembang, 31 Juli 2018  
Penulis,

Ery Permana

## ABSTRAK

### PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG

(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang)

Oleh:

Ery permana; Dr. Zakaria Wahab, M.B.A, Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh faktor bauran pemasaran secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian di Universitas Sriwijaya kampus Palembang. Teknik pengambilan menggunakan metode arcidental sampling dengan 100 sampel Observasi. Teknik analisis penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel produk, harga, dan promosi secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel tempat tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.*

**Kata kunci : produk, harga, tempat, dan promosi**

Telah kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Palembang, 19 Juli 2018

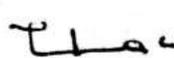
Ketua,

Anggota,



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP. 19570714119840310005

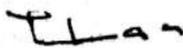


Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M

NIP. 195607011985031003

Mengetahui,

Pengelola Akademik Jurusan Manajemen



Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M

NIP. 195607011985031003

**ABSTRACT**

**THE IMPACT OF MARKETING MIX IN PURCHASING DECISION ON SAMSUNG  
SMARTPHONE**

**(CASE STUDY ON SRIWIJAYA UNIVERSITY STUDENT IN PALEMBANG)**

**BY:**

Ery permana, Dr. Zakaria Wahab, M.B.A, Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M

*This research aims to analyze empirically the impact of marketing mix in purchasing decision on Samsung smartphone on Sriwijaya University student in Palembang. Accidental retrieval technique using sampling with a sample of 100 observations. Result showed variable product, price, and promotion simultaneously significantly influences purchasing decisions. The result showed partial variable product, price, and promotion positive significant purchasing decision. While place the variable is not significant to the purchase decision.*

**Keyword: product, price, place, and promotion**

Telah kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Palembang, 19 Juli 2018

Ketua

Anggota,



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

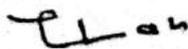
Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M

NIP. 19570714119840310005

NIP. 195607011985031003

Mengetahui,

Pengelola Akademik Jurusan Manajemen



Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M

NIP. 195607011985031003

## SURAT PERNYATAAN

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak skripsi dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa:

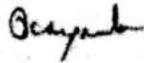
Nama : Ery Permana  
NIM : 01111401105  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian  
*smartphone* Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya  
Kampus Palembang).

Telah kami periksa penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses* nya, dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi,

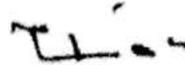
Ketua,

Anggota,



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP. 19570714119840310005



Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M

NIP. 195607011985031003

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

**Nama** : Ery Permana  
**Jenis Kelamin** : Laki-Laki  
**Tempat/tanggal Lahir** : Palembang, 14 April 1992  
**Agama** : Islam  
**Status** : Belum Menikah  
**Alamat** : Jln. AKBP H umar no 317 rt 3 KM 5 kecamatan kemuning Palembang  
**Alamat Email** : [permanaery13@gmail.com](mailto:permanaery13@gmail.com)  
**Pendidikan Formal**  
**Sekolah Dasar** : SD Negeri 160 Palembang  
**SMP** : SMP Negeri 19 Palembang  
**SMA** : SMA Negeri 10 Bandung

### Pendidikan Informal

- Global English Language Center
- Komputer 6 bulan Palcomtech

## DAFTAR ISI

|                                                           |      |
|-----------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                                       | i    |
| LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....               | ii   |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....                          | iii  |
| SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH .....            | iv   |
| KATA PERNGANTAR.....                                      | v    |
| UCAPAN TERIMA KASIH.....                                  | vi   |
| ABSTRAK.....                                              | vii  |
| ABSTRACT.....                                             | viii |
| SURAT PERNYATAAN ABSTRACT .....                           | ix   |
| RIWAYAT HIDUP .....                                       | x    |
| DAFTAR ISI.....                                           | xi   |
| DAFTAR TABEL.....                                         | xii  |
| DAFTAR GAMBAR.....                                        | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                      | xiv  |
| <br>                                                      |      |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                    | 1    |
| 1.1. Latar Belakang.....                                  | 1    |
| 1.2. Perumusan Masalah .....                              | 7    |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                              | 8    |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....                             | 8    |
| <br>                                                      |      |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                             | 9    |
| 2.1. Landasan Teori .....                                 | 9    |
| 2.1.1. Pengertian Pemasaran .....                         | 9    |
| 2.1.2. Bauran Pemasaran.....                              | 10   |
| 2.1.3. Keputusan Pembelian.....                           | 12   |
| 2.2. Penelitian Terdahulu .....                           | 13   |
| 2.3. Alur Pikir .....                                     | 14   |
| 2,4, Hipotesis .....                                      | 15   |
| <br>                                                      |      |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                           | 17   |
| 3.1. Ruang Lingkup Penelitian .....                       | 17   |
| 3.2. Rancangan Penelitian.....                            | 17   |
| 3.3. Populasi, Sample, Dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 17   |
| 3.3.1. Populasi.....                                      | 17   |
| 3.3.2. Sample.....                                        | 18   |
| 3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....                     | 18   |
| 3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....    | 19   |
| 3.5. Metode Pengumpulan Data.....                         | 21   |
| 3.6. Instrumen Penelitian .....                           | 22   |
| 3.6.1. Uji Kelayakan Data .....                           | 22   |
| 3.7. Teknik Analisis .....                                | 23   |
| 3.7.1. Teknik Regresi Linier Berganda .....               | 23   |
| 3.7.2. Uji Hipotesis .....                                | 24   |
| <br>                                                      |      |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....               | 27   |
| 4.1. Hasil Penelitian.....                                | 27   |
| 4.2. Uji Data.....                                        | 27   |

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 4.3. Profil responden.....          | 32 |
| 4.4 Perilaku Responden .....        | 36 |
| 4.5. Analisis Uji T.....            | 38 |
| 4.6. Analisis Uji F .....           | 41 |
| 4.7. Analisis Regresi Berganda..... | 42 |
| 4.8. Pembahasan .....               | 43 |
| <br>                                |    |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....    | 49 |
| 5.1. Kesimpulan .....               | 49 |
| 5.2. Saran .....                    | 49 |
| <br>                                |    |
| Daftar Pustaka.....                 | 51 |
| Lampiran-Lampiran .....             | 53 |

## DAFTAR TABEL

Halaman

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1. Penjualan <i>Smartphone</i> di Dunia Tahun 2013.....                                   | 1  |
| Tabel 1.2. Penjualan <i>smartphone &amp; Handphone</i> tahun 2014.....                            | 4  |
| Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....                                                              | 13 |
| Tabel 3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Tabel.....                                         | 19 |
| Tabel 4.1. Nilai Korelasi Item Total untuk Uji Validitas Variable X Item Total<br>Statistics..... | 29 |
| Tabel 4.2. Nilai korelasi Item Total untuk Uji Validitas Variable Y Item-Total<br>Statistics..... | 30 |
| Tabel 4.3. Hasil Analisis Realibilitas Instrumen Angket.....                                      | 31 |
| Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                   | 32 |
| Tabel 4.5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....                                            | 33 |
| Tabel 4.6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....                                      | 34 |
| Tabel 4.7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengelaran.....                                      | 35 |
| Tabel 4.8. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tempat Pembelian.....                                | 36 |
| Tabel 4.9. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengaruh.....                                        | 37 |
| Tabel 4.10. Hasil Analisis Uji T.....                                                             | 39 |
| Tabel 4.11. Hasil Analisis ANOVA(b) Uji F.....                                                    | 41 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                           | Halaman |
|-------------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1. Tahapan Proses Penbelian..... | 12      |
| Gambar 2.2. Alur Pikir.....               | 14      |

**DAFTAR LAMPIRAN**

Halaman

Lampiran 1.1. Questionare.....54

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang sedemikian cepat telah mengubah sebagian besar kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Untuk itu mereka menyadari bahwa komunikasi merupakan suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Harold Laswell seorang peletak dasar ilmu komunikasi menyebutkan tiga fungsi dasar yang menjadi penyebab, mengapa manusia perlu berkomunikasi. Fungsi pertama adalah hasrat manusia untuk mengontrol lingkungannya. Fungsi kedua adalah upaya manusia untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya. Fungsi ketiga adalah upaya untuk melakukan transformasi warisan sosialisasi. Ketiga fungsi tersebut menjadi patokan dasar bagi setiap individu dalam berhubungan dengan sesama anggota masyarakat.

Telepon seluler atau ponsel merupakan produk yang menunjukkan kecanggihan teknologi komunikasi. Pada masa ini *smartphone* menjadi teknologi mutakhir yang dapat digunakan semua lapisan umur karena tidak hanya sebagai alat komunikasi biasa tapi juga dapat mengakses berbagai aplikasi yang dapat digunakan dari usia anak-anak sampai usia dewasa. Menurut Wakil Presiden Eksekutif PT Symbian OS David Wood, Telepon pintar dapat dibedakan dengan telepon genggam biasa dengan dua cara fundamental: bagaimana mereka dibuat dan apa yang mereka bisa lakukan. *Smartphone* adalah perangkat ponsel yang bisa digunakan untuk berkomunikasi dasar (sms dan telepon), tapi juga di dalamnya terdapat fungsi PDA (*Personal Digital Assistant*) dan dapat bekerja layaknya sebuah komputer mini. Adapun ciri-ciri *smartphone* dijelaskan sebagai berikut :

- a. Sistem Operasi Ini merupakan ciri yang paling utama dari sebuah *smartphone*. Ponsel bisa disebut *smartphone* kalau didalamnya sudah dibenamkan sebuah sistem operasi. Contoh dari sistem operasi *Android*, *Symbian*, *Windows Mobile*, dll.
- b. Perangkat Keras Setiap *smartphone* harus memiliki dukungan perangkat keras yang mumpuni untuk dapat menjalankan sistem operasi yang telah dibenamkan di dalamnya. Perangkatnya sama dengan sebuah PC hanya saja dalam ukuran yang kecil.
- c. Pengolah Pesan Satu lagi hal yang didapat dalam *smartphone* yaitu pengolah pesan yang lebih dari ponsel biasanya. Smartphone memiliki keunggulan dalam mengolah pesan yaitu berupa pesan elektronik(e-mail).
- d. Mengakses Internet/Web Kemampuan lain yang dimiliki oleh sebuah smartphone adalah bisa digunakan mengakses web/internet dan konten yang disajikan di broswernya, sudah hampir mendekati seperti layaknya kita mengakses web lewat komputer.
- e. Aplikasi *Smartphone* dapat dijejali berbagai aplikasi asalkan aplikasi tersebut sesuai dengan sistem operasi yang ada. Biasanya untuk memasang mendapatkan aplikasi, para produsen *smartphone* telah menyediakan tempat khusus untuk berbelanja aplikasi.

Saat ini konsumen dihadapkan kepada beberapa pilihan produk *smartphone*, beberapa yang menjadi produk favorit masyarakat Indonesia adalah *smartphone* Samsung, Apple, dan Huawei. Semakin tingginya permintaan akan smartphone membuat produsen berlomba – lomba memasarkan produk mereka. Jika dilihat dari jumlah pengguna *smartphone* di dunia, Samsung merupakan merek *smartphone* dengan penjualan terbanyak pada kuartal 2013. Berikut data penjualan handphome pada kuartal 2013 :

Tabel 1.1 Penjualan *Smartphone* di Dunia Tahun 2013

| Company       | 2013      | 2013             | 2012      | 2012             |
|---------------|-----------|------------------|-----------|------------------|
|               | Units     | Market Share (%) | Units     | Market Share (%) |
| Samsung       | 299,794.9 | 31.0             | 205,767.1 | 30.3             |
| Apple         | 150,785.9 | 15.6             | 130,133.2 | 19.1             |
| Huawei        | 46,609.4  | 4.8              | 27,168.7  | 4.0              |
| LG            | 46,431.8  | 4.8              | 25,814.1  | 3.8              |
| Lenovo        | 43,904.5  | 4.5              | 21,698.5  | 3.2              |
| <i>Others</i> | 380,249.3 | 39.3             | 269,526.6 | 39.6             |
| Total         | 967,775.8 | 100.0            | 680,108.2 | 100.0            |

Sumber : Gartner, Februari 2014

Dapat dilihat pada tabel penjualan *smartphone* di atas bahwa Samsung memiliki penjualan terbanyak pada tahun 2012 dan tahun 2013. Pesaing terdekat Samsung yaitu Apple terpaut hampir 2 kali lipat pada tahun 2013. Data penjualan diatas menunjukkan bahwa Samsung dapat memimpin penjualan *smartphone* di dunia selama 2 tahun berturut – turut dapat dikatakan bahwa Samsung menjalankan fungsi bauran pemasarannya dengan sangat baik.

Samsung di Indonesia, khususnya di Palembang juga memiliki angka penjualan yang sangat besar. Samsung merupakan salah satu *smartphone* yang masuk ke pasar di Indonesia selain Apple, Oppo, LG, dll. Penjualan *smartphone* Samsung di kota Palembang terbilang tinggi, seperti yang terlihat pada jumlah penjualan *smartphone* pada salah satu

tempat penjualan *handphone & smartphone* yaitu CV. Ladas yang terletak International Plaza (IP) di kota Palembang.

Tabel 1.2 Penjualan *smartphone & Handphone* tahun 2014

| NO | <i>Smartphone</i> | Penjualan | Harga             | Tempat                           | Promosi                                        |
|----|-------------------|-----------|-------------------|----------------------------------|------------------------------------------------|
| 1  | Samsung           | 15.171    | 2 juta – 7 juta   | Konter HP( <i>mall</i> dan toko) | Iklan, Penjualan Pribadi, dan promo penjualan. |
| 2  | Nokia             | 13.805    | 1 juta - 3 juta   | Konter HP( <i>mall</i> dan toko) | Iklan, Penjualan Pribadi, dan promo penjualan. |
| 3  | Oppo              | 1.639     | 1,5 juta – 8 juta | Konter HP( <i>mall</i> dan toko) | Iklan, Penjualan Pribadi, dan promo penjualan. |
| 4  | Blackberry        | 1.114     | 1,5 juta – 8 juta | Konter HP( <i>mall</i> dan toko) | Iklan, Penjualan Pribadi, dan promo penjualan. |

|   |        |     |     |                                                      |                                                   |
|---|--------|-----|-----|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 5 | Lenovo | 845 | 700 | Konter<br>ribu – HP( <i>mall</i><br>7 juta dan toko) | Iklan, Penjualan Pribadi,<br>dan promo penjualan. |
|---|--------|-----|-----|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|

Sumber : CV. Ladas, International Plaza Lt. dasar, Palembang

Persaingan produsen *Smartphone* yang semakin kompetitif, mengharuskan setiap perusahaan termasuk Samsung untuk berkompetisi mendapatkan posisi terbaik di pasar dibandingkan hanya sekedar bertahan hidup. Perusahaan harus mempunyai strategi untuk berkompetisi dalam persaingan pasar, salah satunya strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Samsung saat ini memasarkan produk yang berkualitas, membuat produk dengan harga dan biaya produksi yang terjangkau, melakukan promosi produk dan pemilihan lokasi penjualan produk yang strategis. Strategi pemasaran yang diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2012) faktor yang mempengaruhi Keputusan konsumen dalam memilih suatu produk adalah produk, harga, promosi dan tempat atau lebih dikenal sebagai bauran pemasaran.

Dari segi produk, Samsung telah mengeluarkan banyak varian produk yang dibutuhkan semua kalangan, khususnya untuk para mahasiswa yang selalu mengikuti perkembangan teknologi. Produk *Smartphone* Samsung yang terlaris menurut artikel yang dibuat oleh Maulana (2015) adalah Samsung Galaxy Duos Qore yang memiliki kapasitas memori internal sebesar 8 GB, RAM 2 GB dan kamera 5 MP. Produk *Smartphone* Samsung yang terbaru adalah Samsung Galaxy Note 5 yang memiliki kapasitas memori internal sebesar 64 GB, RAM 4 GB, kamera 16 MP dan mempunyai fitur andalan di S pen. Dari segi harga, Samsung telah memberikan kisaran harga yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan konsumen. Harga produk *Smartphone* Samsung termurah menurut Priceprice.com (2015) berkisar 550 ribuan dan yang termahal berkisar 12 jutaan. Promosi yang telah dilakukan oleh Samsung salah satunya adalah melalui iklan-iklan di media elektronik, seperti iklan yang dibintangi oleh pemain sepakbola ternama Cristiano Ronaldo. Untuk setiap

peluncuran produk terbaru Samsung pasti mempromosikan melalui iklan seperti yang terbaru dapat kita lihat di media televisi iklan Samsung Galaxy note 5 Tempat atau saluran distriusi yang menyediakan produk *Smartphone* Samsung mudah untuk ditemukan, seperti di Samsung Center, pusat-pusat perbelanjaan, dan konter-konter *handphone* terdekat.

Penelitian ini bermaksud untuk melihat lebih jauh faktor bauran pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*) dalam mempengaruhi keputusan konsumen membeli *smartphone* Samsung. Penelitian ini mengambil tempat penelitian yaitu Universitas Sriwijaya Kampus Palembang dikarenakan anak muda yang memiliki pendidikan tinggi seperti mahasiswa lebih memahami suatu produk Samsung. Dari uraian diatas maka peneliti mengambil judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG di UNIVERSITAS SRIWIJAYA KAMPUS PALEMBANG”**

## **1.2 Perumusan masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan, dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Adakah faktor *product*, *price*, *place*, dan *promotion* baik secara simultan dan parsial mempengaruhi keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung?.
2. Faktor *product*, *price*, *place*, dan *promotion* manakah yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai antara lain::

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh secara simultan dan parsial faktor *product*, *price*, *place*, dan *promotion* terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* Samsung?.
2. Untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh dominan antara faktor *product*, *price*, *place*, dan *promotion* terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai informasi dan referensi untuk peneliti-peneliti lebih lanjut dalam meneliti tentang produk, harga, tempat, dan promosi

2. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang selanjutnya berguna untuk menyusun kebijakan pemasaran. Selain itu, dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengevaluasi strategi pemasaran yang selama ini diimplementasikan.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Azzadina, I., et al. 2012. "Understanding relationship between personality types marketing mix factor and purchasing decisions"
- Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta
- Halim, Erwin. 2014. *The Secret Of Lee Byung Chull, Rahasia Dibalik Kesuksesan SAMSUNG*. Yogyakarta: Kobis
- Hee, Koh Seung, et al. 2013. *Why Samsung*, Terj. Pradipta Nurmaya & Rencidipta. Yogyakarta
- Hasan, M. iqbal. 2008. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran, jilid 2, Edisi 14*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, et al. 2010. *Marketing 3.0*. Jakarta: Erlangga
- Kristanto, Jajat. 2011. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d)*. Bandung: Alfabeta
- Komalasari, Fitri. 2012. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Nokia Eseries". Jurnal Universitas Gunadarma Depok, Jawa Barat
- Kusumastuti, Fitri. 2010. "Pengaruh Harga , Atribut Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telpon Seluler Sony Ericsson (Studi Kasus di Kabupaten Temanggung)"
- Nainggolan, Manson. 2013. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pengguna Kartu Axis di Kota Medan"
- Pungnirund, Bundit. 2013. "The influences of marketing mix on customer purchasing behavior at chatuchak plaza market"
- Salim, Leonardo. 2012. "Analisis Pengaruh Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi (Studi Kasus Produk Prudential Assurance Account Unit Link PT. Prudential Life Assurance Area Makassar"
- Satit, R.P. et al. 2012. "The relationship between marketing mix and customer decision-making over travel agents: an empirical study".

Triyono, Hanik Mufariah. 2013. *“Dampak Periklanan Terhadap Minat Beli HP Samsung Galaxy (Studi Eksplorasi Pengguna HP Samsung Galaxy di Semarang)”*

Widodo, Wahyu. 2013. *“Analisis Pengaruh Personal Selling dan Periklanan terhadap Penjualan Busana Muslim (Studi Kasus pada Pand’s Collection)”*

### **Website**

Brandz100. 2015. *Top Brands* diambil pada 3 April 2015 dari <http://www.brandz100.com>

Gopego. 2015. Fakta Samsung diambil pada 22 Mei 2015 dari <http://android.gopego.com/2013/04/13-fakta-menakjubkan-tentang-samsung>

Maulana, Ganjar. 2015. Jajaran Samsung Galaxy terbaru dan terlaris tahun 2014. Diambil pada 20 Oktober 2015 dari <http://carisinyal.com/2014/08/samsung-galaxy-terbaru/>

Priceprice.com. 2015. Daftar Harga HP Samsung Murah Terbaru 2015 Di Indonesia. Diambil pada 20 Oktober 2015 dari <http://id.priceprice.com/harga-hp/?maker=Samsung-128>.

Universitas Sriwijaya. 2015. Fakultas di Universitas Sriwijaya. Diambil pada 1 Juni 2015 dari <http://www.unsri.ac.id>