

ABSTRAK

EDI,2013. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Suzuki Satria F Pada PT. Sinar Galesong Mandiri di Kota Makassar (Dibimbing Oleh Dr.H.Muchran,BL,MS dan Aulia,SIP,M.Si.M.

Masalah pokok dalam penelitian ini adalah Apakah Marketing Mix berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara simultan antara Marketing Mix yang terdiri dari variabel Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sinar Galesong Mandiri di Kota Makassar.

Variabel ini adalah variabel berganda yaitu (1) Produk, (2) Harga, (3) Distribusi, (4) Promosi dan (5) Keputusan Pembelian. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada konsumen, dan data ini dianalisis secara kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Marketing Mix yang terdiri dari Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Marketing Mix (Produk, Harga, Distribusi dan Promosi) Keputusan Pembelian.