

ANALISA PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAMPU *LED BULB PHILIPS*

Alvin Lesmana¹

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

DOSEN PEMBIMBING 1

Dr. Rizky Fauzan., S.E., M.Si.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

DOSEN PEMBIMBING 2

Wenny Pebriyanti., S.E., M.Sc

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Tesis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan motivasi terhadap keputusan pembelian lampu LED bulb Philips di wilayah Kotamadya Pontianak. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuisioner. Sampel dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola toko – toko yang menjual lampu LED bulb Philips sebanyak 60 responden. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan motivasi terhadap keputusan pembelian digunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial/individual variabel (X) terhadap variabel (Y) dengan menggunakan uji t dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga variabel independen yaitu produk (X_1), distribusi (X_2) dan promosi (X_3) yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hasil perhitungan uji analisis F, menunjukkan bahwa $p\text{-value} = 0,000$ yang lebih kecil dari $\alpha = 0.05$. Artinya variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 bisa menjelaskan atau memprediksi Y.

Kata kunci : Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Motivasi dan Keputusan Pembelian.

¹ Jl. Imam Bonjol, Pontianak, Kalbar, 78124. Email: alvin.lesmana@gmail.com