

INTISARI

Berkembangnya dunia telekomunikasi saat ini membuat para penyedia operator semakin bersaing ketat dalam menarik perhatian konsumen dengan atribut dan promosi yang dilakukan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh atribut produk khususnya merek serta bauran promosi khususnya iklan, dan rekomendasi dari mulut ke mulut terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Flexi baik secara simultan maupun parsial dengan menggunakan 100 responden yang menjadi pelanggan kartu prabayar Flexi. Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Sigit Haryono (2004) yang berjudul "Atribut Produk, Bauran Promosi serta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian". Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan alat analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa,

- 1) Hasil uji secara simultan menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel independen (merek, bukti fisik, iklan, Promosi penjualan, dan rekomendasi dari mulut ke mulut) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)
- 2) Dan berdasarkan hasil uji regresi secara parsial menunjukkan bahwa variabel merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Flexi, variabel iklan juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Flexi dan variabel rekomendasi dari mulut ke mulut juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada kartu prabayar Flexi.

Kata Kunci : Atribut produk, Bauran Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Recently developing of telecommunication makes operator service provider more compete in paying consumer attention by attribute and promotion which have done. This research is carried out by the researcher to analyze the influence of "product attribute", especially brand and "mixture promotion", especially advertising and word of mouth forward purchasing decision of Flexi card, not only partial but also simultaneously. This research is using responder of 100 responden and this reseach (2004) by title " Product attribute, mixture promotion and his implication to the purchasing decision The method which use in the research is purposive sampling, with instrument analysis of multiple regression.

The result of this research shows that :

- 1) Simultaneously, result test shows that there is an significant influence of independent variable (brand, physical evidence, advertising, sales promotion, word of mouth) forward dependent variable (purchasing decision),*
- 2) According to result of partially, regression indicated that a brand variabel has significant influence toward purchasing decision of Flexi, a advertising variabel has significant influence toward purchasing decision of Flexi, a word by mouth variabel has significant influence toward purchasing decision of Flexi.*

Keywords: product attribute, mixture promotion, purchasing decisions