

## SUMMARY

# ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GRANIT DI PT.CAHAYA LESTARI PERMAI ABADI

Created by Mukri

**Subject** : ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN

**Subject Alt** : ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN

**Keyword** : ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN

### Description :

Dalam penelitian ini yang menjadi kriteria dalam pengambilan sample adalah Berbelanja produk granit dan Membeli produk granit minimal 5 dus. Dengan menggunakan metode slovin maka jumlah sample yang harus diambil adalah 100 responden. Pengujian dilakukan dengan menggunakan validitas, reliabilitas untuk memastikan kuisisioner yang digunakan baik kemudian disusul dengan perhitungan uji regresi dan uji t untuk menguji hipotesis. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap responden diketahui imensi dari bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi dan promosi terbukti memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk kramik PT Cahaya Abadi Lestari. Selain itu dimensi harga terbukti memberikan pengaruh yang paling besar dibandingkan dengan dimensi-dimensi lainnya pada bauran pemasaran yang mendorong keputusan membeli seseorang dengan beta sebesar 0,384.

**Date Create** : 11/12/2013

**Type** : Text

**Format** : PDF

**Language** : Indonesian

**Identifier** : UEU-Undergraduate-2008-11-059

**Collection** : 2008-11-059

**Source** : Perpustakaan Esa Unggul

**Relation Collection** Universitas Esa Unggul

**COverage** : Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul

**Right** : Copyright @2013 by UEU Library

### Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

### Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid ( [astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id](mailto:astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id) )

Supervisor