

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KARTU SELULER PRABAYAR TELKOMSEL
(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang)**

Skripsi

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah
Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Prodi Ekonomi Syariah*



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

Oleh :

MICE MARIA PRATIWI

NIM: 1413060345

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG
1439 H/ 2018 M**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SELULER PRABAYAR TELKOMSEL (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang)” yang disusun oleh Mice Maria Pratiwi, NIM.1413060345 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat diajukan ke sidang munaqasyah.

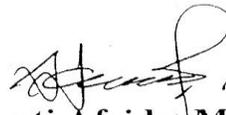
Padang, 19 Agustus 2018

Pembimbing I



Alfi Syukri Rama..SE..NIM
Nip: 197509929 200003 1 005

Pembimbing II



Yenti Afrida..M.Ag
Nip: 19770905200701 2 021

ABSTRAK

Mice Maria Pratiwi, NIM. 1413060345, dengan judul skripsi “Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Prabayar Telkomsel” dengan studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

Melihat trend yang muncul dikalangan mahasiswa yang memiliki lebih dari satu telepon genggam dengan operator sama ataupun berbeda. Dikarenakan masih adanya keinginan untuk mencoba-coba dan rentan terhadap produk baru. Keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya tidak terjadi begitu saja, melainkan melalui suatu proses dan dipengaruhi oleh berbagai pengaruh *marketing mix*, hal ini sangat penting diketahui oleh produsen dalam menghadapi pelanggan.

Penelitian skripsi ini fokus kepada pengaruh *Marketing Mix* manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian kartu seluler prabayar telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian kartu seluler prabayar telkomsel. Penelitian ini termasuk penelitian *kuantitatif*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket (kuesioner) yang disebarikan pada 95 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*

Hasilnya didapat bahwa variabel produk berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikan 0,035, harga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikan 0,005, promosi berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikan 0,045, distribusi berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikan 0,037, produk, harga, promosi, distribusi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikan 0,000. Sebagaimana dalam penelitian ini yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga.

Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi, Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian