

ABSTRAK

Teknologi telekomunikasi semakin meningkat pesat seiring dengan perkembangan zaman. Perkembangan teknologi informasi yang salah satunya adalah telepon genggam yaitu Blackberry, akhir-akhir ini sangat diminati masyarakat, dikarenakan memiliki fitur-fitur yang update dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, proses, dan tempat terhadap keputusan pembelian Blackberry Aries 8530 (CDMA) Bundling Smartfren di Surabaya serta mengetahui faktor mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Obyek penelitian yang digunakan adalah handphone Blackberry Aries 8530 (CDMA) bundling Smartfren. Responden adalah para konsumen yang membeli handphone Blackberry Aries 8530 (CDMA) bundling Smartfren sebanyak 85 orang usia antara 17 - 30 tahun keatas. Daerah penelitian yaitu Plaza Marina dan WTC Surabaya. Dari analisis regresi linier berganda $Y = -0.804 + 0.117 X_1 + 0.319 X_2 + 0.262 X_3 + 0.180 X_4 + 0.353 X_5$ disimpulkan bahwa variabel produk, harga, promosi, proses dan tempat secara simultan berpengaruh signifikan sebesar 70.4% terhadap keputusan pembelian konsumen Blackberry Aries 8530 (CDMA) Bundling Smartfren di Surabaya, sedangkan sisanya yaitu 29.6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel-variabel tersebut di atas. Lalu pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel Y, yang hasilnya didapat sebesar 37.665, dimana $F_{hitung} 37.655 > F_{tabel} 2.330$, berarti secara simultan variabel- variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

Dari hasil Uji t (uji secara parsial) didapatkan hasil yang menunjukkan: $t_{hitung} (X_1)$ sebesar $0,999 < t_{tabel} 1,990$. $t_{hitung} (X_2)$ sebesar $2,790 > t_{tabel} 1,990$. $t_{hitung} (X_3)$ sebesar $2,432 > t_{tabel} 1,990$. $t_{hitung} (X_4)$ sebesar $1,479 < t_{tabel} 1,990$. $t_{hitung} (X_5)$ sebesar $3,765 > t_{tabel} 1,990$. Disimpulkan pula bahwa baik itu variabel harga, promosi dan tempat masing-masing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Blackberry Aries 8530 (CDMA) Bundling Smartfren di Surabaya, sedangkan variabel produk dan proses secara parsial tidak berpengaruh signifikan. Dari hasil analisis juga disimpulkan bahwa faktor yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Blackberry Aries 8530 (CDMA) Bundling Smartfren di Surabaya adalah tempat.