

**PENGARUH HARGA, PRODUK, PROMOSI DAN SALURAN
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PENGUNA LAPTOP MERK HP DI KOTA SEMARANG.**

NANANG SUSANTO

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : anang_zus@ymail.com

ABSTRAK

perkembangan suatu Negara, baik secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi tata kehidupan perekonomian dan masyarakatnya. Dalam era globalisasi yang penuh dengan persaingan yang sangat ketat, setiap organisasi perusahaan akan berusaha untuk tetap bertahan hidup. Perusahaan dihadapkan pada keadaan yang demikian kompleks dan dituntut untuk dapat menentukan suatu strategi sebagai alat untuk mengatasi keadaan tersebut. Salah satu langkahnya adalah dengan menjalankan konsep pemasaran yang efektif dan efisien. Tujuan penelitian ini adalah ada pengaruh antara produk, harga, promosi dan saluran distribusi terhadap perilaku konsumen

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh populasi yang digunakan adalah konsumen yang membeli Laptop di Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling. Adapun sampel yang diambil berdasarkan rumus diatas adalah 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan reliabilitas.

Hasil penelitian ini adalah produk, harga promosi dan saluran distribusi terhadap perilaku konsumen baik secara parsial dan secara simultan.

Kata Kunci : produk, harga, promosi, saluran distribusi dan keputusan pembelian

**EFFECT OF PRICE, PRODUCT, PROMOTION AND DISTRIBUTION
CHANNELS ON CONSUMER BUYING DECISION HP LAPTOP BRAND
USERS IN KOTA SEMARANG**

NANANG SUSANTO

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : anang_zus@ymail.com

ABSTRACT

tesdevelopment of a country, either directly or indirectly will affect the economy and community life order. In the era of globalization is full of very tight competition, every business organization will strive to keep survive. Enterprises faced with the situation so complex and claimed to be able to define a strategy as a tool to overcome the situation. One of the steps is to conduct a marketing concept that is effective and efficient. The purpose of this study is the influence of product, price, promotion and distribution channels of consumer behavior

Population in this study is used throughout the population are consumers who buy Laptop in Semarang City. Sampling technique used is Purposive sampling. As for the samples taken on the formula above is 100 people. Analysis tool used is multiple linear regression with first tested with test validity and reliability.

Results of this study are product, price, promotion and distribution channels for both consumer behavior and simultaneous partial.

Keyword : product, price, promotion, distribution channels and purchasing decisions