

## ABSTRAK

### **DIDI HARTANTO, Analisis Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Handphone Merek Nokia Tipe 6600 Di Palembang. (Dibawah bimbingan Ibu M.J. Tyra, S.E., M.M.)**

Menghadapi persaingan yang begitu ketat dalam dunia teknologi khususnya handphone, setiap perusahaan membutuhkan strategi pemasaran yang tepat dan berorientasi pada konsumen. Didalam penyusunan program dan strategi pemasaran, perusahaan harus benar-benar memahami keinginan konsumen agar perusahaan dapat mengikuti perkembangan dan perubahan dari perilaku, sikap, kebutuhan, dan selera konsumen. Hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasaran. Penelitian ini menggunakan teori bauran pemasaran yang terdiri dari 4 P yaitu *product, price, saluran distribusi, dan promotion*. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Jumlah responden yang diambil sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *cluster sampling* \*Data yang diperoleh ditabulasi dianalisis dan dengan menggunakan teknik kualitatif. Hasil yang diperoleh menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap handphone merek Nokia tipe 6600 adalah: fitur menu yang ada pada handphone Nokia 6600, menu Nokia 6600 mudah dipelajari dan dioperasikan, setelah mengenal produk handphone Nokia 6600, tampilan layar handphone Nokia 6600 berkualitas, harga handphone Nokia 6600 bersaing dengan merek ponsel lain, harga penjualan handphone second Nokia 6600 yang masih cukup tinggi, media cetak berupa majalah yang mengulas mengenai handphone Nokia 6600, media cetak berupa surat kabar yang mengulas mengenai handphone Nokia 6600, lokasi outlet handphone Nokia 6600 mudah dicari\*

Kata Kunci : Faktor Bauran Pemasaran