ABSTRAKSI

Venawaty (01.2.221). Pengaruh *Price, Promotion, People, Process*, Dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Pembelian Komputer Pada CV. Tri Gemilang Jaya Palembang (Dibawah bimbingan Ibu Catharina Clara,SE. MSi.)

Skripsi ini pada dasarnya membahas tentang pengaruh price, promotion, people, process, dan physical evidence terhadap keputusan pembelian komputer pada CV.Tri Gemilang Jaya Palembang.

Sejalan dengan perkembangan zaman, komputer merupakan kebutuhan manusia dalam berbagai bidang, terutama dibidang pendidikan. Berbagai jenis komputer ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen, yang menyebabkan perusahaan harus bisa menetapkan dan menerapkan kebijakan dan strategi yang tepat untuk konsumen maupun pesaing dalam mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam pembelian dengan cara menawarkan produk-produk komputer baru semakin banyak ragamnya dan menarik, promosi yang menarik, serta dengan harga yang bersaing.

Konsumen dalam membeli komputer didasari oleh berbagai pertimbangan. Melihat begitu pentingnya mengetahui bagaimana keputusan yang diambil konsumen dalam pembelian komputer, maka perusahaan mencari dan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan berhubungan dengan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Namun demikian untuk mencapai cita-cita tersebut tidaklah mudah sebab dewasa ini persaingan antar perusahaan sudah sampai ketahap yang sangat kompetitif, untuk mencapai kedudukan yang paling kuat dipasaran paling tidak untuk dapat mempunyai pelanggan yang sebanyak-banyaknya.

Dari hasil analisis disimpulkan bahwa price, promotion, people, process, dan physical evidence berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan, dimana F- hitung (24,669) > F tabel (2,68).

Sehingga CV. Tri Gemilang Jaya hendaknya mempersiapkan kegiatan pemasaran yang lebih baik, dimana hal ini bertujuan supaya CV. Tri Gemilang Jaya dapat bersaing dengan baik dengan perusahaan-perusahaan sejenis. Untuk menghadapi pesaing, CV. Tri Gemilang Jaya hendaknya perlu mengidentifikasi para pesaing, menentukan sasaran para pesaing, memperkirakan kekuatan dan kelemahan pesaing, merancang sistem intelijensi bersaing, memperkirakan pola reaksi pesaing, memilih pesaing yang akan diserang dan dihindari, dan menyeimbangkan orientasi pelanggan dengan orientasi pesaing. CV. Tri Gemilang Jaya hendaknya meninjau kebijakan harga yang baru dibanding pesaingnya. Selain itu perusahaan harus melihat kembali promosi penjualan yang disampaikan kepada konsumen apakah sesuai dengan kondisi ekonomi sekarang atau tidak.