

ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MEMBELI HANDPHONE MEREK NOKIA

Endah Pujiastuti., Hadir Hudyanto, SE, MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : perilaku konsumen

Abstraksi :

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen membeli handphone merek Nokia ditinjau dari faktor budaya, sosial, harga, promosi dan distribusi. Untuk menganalisis faktor-faktor tersebut, maka digunakanlah dua metode, yaitu Uji Validitas dan Reliabilitas serta skala likert. Dimana uji validitas dan reliabilitas menguji sejauh mana serta konsistensi alat pengujian tersebut. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan melalui SPSS versi 12. Sedangkan skala likert digunakan untuk mengetahui besarnya faktor budaya, sosial, produk, harga, promosi dan distribusi terhadap pengaruhnya dalam pembelian handphone Nokia. Dari metode yang digunakan tersebut, dapat diketahui bahwa dari uji validitas didapat hasil yaitu semua r hitung $>$ r tabel, dimana r tabel sebesar 0,1843. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua butir instrumen adalah valid. Dari uji reliabilitas didapatkan hasil r alpha (0,8726) $>$ r table (0,1843). Maka ditarik kesimpulan bahwa semua butir instrumen adalah reliabel. Sedangkan dengan menggunakan skala likert dari hasil pengolahan kuesioner dapat diketahui bahwa dari faktor-faktor tersebut sebagian besar menyatakan berpengaruh terhadap pembelian handphone Nokia. Dilihat dari rata-rata penilaian dari 6 faktor tersebut adalah sebesar 170,86. Dimana nilai-nilai tersebut dikategorikan berpengaruh terhadap pembelian handphone Nokia dengan kelas interval 170-209. Dilihat dari nilai yang tertinggi hingga terendah, faktor yang berpengaruh tersebut adalah faktor budaya.