

PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* XIAOMI

Oleh
Ketut Suryadi, NIM 1517041201

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji (1) pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian, (2) pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian, dan (3) pengaruh faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi. Desain penelitian eksplanatori dan menggunakan metode kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Manajemen angkatan tahun 2016 yang pernah atau sedang menggunakan produk *smartphone* Xiaomi dan objek dalam penelitian ini adalah *smartphone* Xiaomi. Dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan rumus slovin maka banyaknya responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 141 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang memiliki total 10 pernyataan, kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) faktor sosial dan faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

Kata kunci: faktor pribadi, faktor sosial, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine (1) the influence of social factors on purchasing decisions, (2) the influence of personal factors on purchasing decisions, and (3) the influence of social factors and personal factors on Xiaomi smartphone purchasing decisions. Design explanatory research and use quantitative methods. The subject of this research is the management student of the class of 2016 who has or is currently using Xiaomi smartphone products and the object in this study is Xiaomi smartphones. From calculations calculated using the Slovin formula, the number of respondents used in this study was 141 respondents. Data is collected by using an instrument in the form of a questionnaire that has a total of 10 statements, then the data obtained is analyzed using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) social factors have a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) personal factors have a positive and significant effect on purchasing decisions, and (3) social factors and personal factors have a significant influence on Xiaomi smartphone purchasing decisions.

Keywords: personal, purchase decision, sosial.