

ABSTRAK

Moh. Khoirun Nasikh

13.02.111.00039

**Perilaku Pengguna *Smartphone* dalam Membeli Paket Data Internet Indosat
Ooredoo
(Studi pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)**

Moh. Khoirun Nasikh, Perilaku Pengguna *Smartphone* dalam Membeli Paket Data Internet Indosat Ooredoo (Studi pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura). Di bawah bimbingan Hadi Purnomo, SE., MM dan Yustina Chrismardani, S.Si.,MM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian paket data internet Indosat Ooredoo pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah insidental sampling dengan jumlah sampel sebesar 97 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heterokedastisitas, regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan uji T.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya faktor sosial yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian paket data internet Indosat Ooredoo pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Sedangkan faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor psikologis tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket data internet Indosat Ooredoo.

Kata Kunci : budaya, sosial, pribadi, psikologis, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Moh. Khoirun Nasikh

13.02.111.00039

***The Smartphone User Behavior on The Purchasing of Indosat Ooredoo
Internet Data Packages
(Study on The Students University of Trunojoyo Madura)***

Moh.Khoirun Nasikh, *The Smartphone User Behavior on The Purchasing of Indosat Ooredoo Internet Data Packages (Study on The Students University of Trunojoyo Madura)*. The guide of Thesis Advisor Hadi Purnomo, SE.,MM and Yustina Chrismardani, S.Si.,MM.

The purpose of this research is to determine the influences of consumer behavior factors consisting of cultural factors, social factor, individual factor, and psychological factor for the buying of Indosat Ooredoo Internet data packages at Students University of Trunojoyo Madura.

This research applied by quantitative approach, The sampling method is accidental sampling with 97 sample respondents. To analysis data used in this Validity Test, Reliability Test, Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, Multiple Linear Regression, Coefficient of Determination Test, and T Test.

The results of this research indicate that only social factor significantly influence the purchasing decision Indosat Ooredoo internet data packages on students University of Trunojoyo Madura. While cultural factors, social factor, individual factor, and psychological factor have no effect on purchasing decisions Indosat Ooredoo internet data packages.

Keywords: Culture, Social, Individual, Psychological, and Purchasing Decisions