

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi**

**Universitas Medan Area**

**Abstrak**

**UMA**

**MEDAN**

Oleh:

Nama : Yohana Anggreini Simanjuntak  
NPM: 12.832.0015

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif yang dapat diukur dengan angka atau numerik. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 117 mahasiswa, dengan menggunakan rumus slovin maka sampel di dalam penelitian ini berjumlah 54 mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sosial (X1), pribadi (X2), dan psikologi (X3) pada sembilan pernyataan dengan model analisis faktor di peroleh nilai korelasi parsial baik, karena nilai korelasi parsial  $> 0,5$ , hasil ini dapat dilihat dari uji anti-image matrice. Dan hasil total variance explained untuk ketiga faktor yang sudah terbentuk, yaitu pada faktor sosial di peroleh nilai enginvalue 46,815%, faktor pribadi dengan enginvalue sebesar 13,687%, dan faktor psikologi dengan enginvalue sebesar 11,412%. Berdasarkan hasil ini maka faktor sosial adalah faktor yang paling dominan yang mempengaruhi perilaku membeli smasrtphone samsung pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Medan Area.