

NAMA	: SITI ZULEHA SUWETY
JUDUL SKRIPSI	: Analisis Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Smartphone oleh Generasi Z (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Flores)
NOMOR HP	: 085-237-072-926
E-MAIL	: suwetyul@gmail.com

ABSTRAK

Siti Zuleha Suwety, Nim : 2015410753 “Analisis Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Smartphone oleh Generasi Z (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Flores) “. Pembimbing I : Lambertus Langga, SE., M.Sc dan Pembimbing II : Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S., MM. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Flores. Ende.

Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari faktor–faktor pengambilan keputusan pembelian *smartphone* yang terdiri dari merek, kualitas produk, fitur dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* oleh mahasiswa generasi Z di Fakultas Ekonomi Universitas Flores. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Populasi yang diteliti mahasiswa semester 2 dan 4 pada Fakultas Ekonomi sebanyak 863. Sampelnya sebanyak 90 mahasiswa dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*.

Pengujian kuesioner memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Persamaan regresi berganda $Y = 2,259 + 0,053X_1 + 0,212X_2 + 0,06X_3 + 0,605X_4 + e$. Uji F dengan nilai $8,355 > 2,48$ dengan $0,00 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara simultan antara variabel merek, kualitas produk, fitur dan harga terhadap keputusan pembelian.

Pada Uji t, variabel merek dan fitur tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel yang paling dominan yaitu variabel harga dengan nilai sebesar 4,935 dan signifikansi 0,000, terlihat bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dimana $4,935 > 1,66$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima atau variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Merek, Kualitas Produk, Fitur, Harga, Smartphone, Generasi Z

ABSTRAK

Siti Zuleha Suwety, Nim : 2015410753 "Analysis of Factors That Influence the Decision Making of Smartphone Purchases by Generation Z (Study of Faculty of Economics Students of the University of Flores)". Supervisor I : Lambertus Langga, SE., M.Sc and Supervisor II : Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S., MM. Essay. Management Study Program. Faculty of Economics. Flores University. Ende.

The purpose of this study was to determine the effect of smartphone purchasing decision-making factors consisting of brands, product quality, features and prices on smartphone purchase decisions by Generation Z students at the Faculty of Economics, University of Flores. This research uses associative approach. The population studied by semester 2 and 4 students at the Faculty of Economics was 863. The sample was 90 students using the Slovin formula. The sampling technique is purposive sampling..

Testing the questionnaire meets the test of validity and reliability. The multiple regression equation $Y = 2,259 + 0,053X_1 + 0,212X_2 + 0,06X_3 + 0,605X_4 + e$. F test with a value of $8,355 > 2,48$ with $0,00 < 0,05$, this shows that there is a simultaneous influence between brand variables, product quality, features and prices on purchasing decisions.

In the t test, brand variables and features have no significant effect on purchasing decisions. The product quality variable has an effect but is not significant on the purchase decision. Price variable has a significant effect on purchasing decisions. The most dominant variable is the price variable with a value of 4,935 and a significance of 0,000, it appears that $t_{\text{arithmetic}} > t_{\text{table}}$ where $4,935 > 1,66$ and a significance of $0,000 < 0,05$, so it can be said that H_0 is rejected and H_1 is accepted or the price variable has a significant effect on buying decision.

Keywords : *Purchase Decision, Brand, Product Quality, Features, Price, Smartphone, Generation Z.*