

ABSTRAK

Noni Hariyanti Tungga Dewi, NIM. 7111210007. Pengaruh Kelas Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android (Studi Kasus pada Mahasiswa/i Program Studi S-1 Manajemen Universitas Negeri Medan). Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Tahun 2015.

Keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk dipengaruhi banyak faktor. Setiap individu mempunyai keinginan dan selera yang berbeda-beda. Gaya hidup dan kelas social merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelas sosial dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian handphone samsung android (studi kasus pada mahasiswa/i Program Studi S-1 Manajemen Universitas Negeri Medan). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi yang memiliki Handphone Samsung Android dengan jumlah 198 orang, dan sampel penelitian ini 66 orang yang diambil berdasarkan purposive sampling. teknik pengumpulan data menggunakan model regresi linear berganda dan pengujian hipotesis uji t, uji f dan koefisien determinasi, yang sebelumnya keadaan data telah diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang menggunakan uji statistic diperoleh model regresi hasil penelitian yaitu $\hat{Y} = 11,254 + 1,532 X_1 + 0,468 X_2 + e$ artinya keputusan pembelian akan konstan sebesar 11,254 jika tidak dipengaruhi oleh variabel gaya hidup dan kelas sosial. Uji parsial menggunakan uji t dengan sig penelitian kedua variabel yaitu $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel kelas social terhadap keputusan pembelian dan variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Uji simultan dengan menggunakan tabel ANOVA dengan angka sig penelitian sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya gaya hidup dan kelas social mempengaruhi keputusan pembelian handphone Samsung Android pada mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan yang menyatakan bahwa hipotesis diterima. Dengan R^2 yang diperoleh 0,879, yang artinya keputusan pembelian sebesar 87,9% dipengaruhi oleh gaya hidup dan kelas social dan sisanya 12,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara gaya hidup dan kelas social terhadap keputusan pembelian Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Negeri Medan.

Kata kunci : kelas social, gaya hidup, keputusan pembelian

ABSTRACT

Noni Hariyanti Tungga Dewi, NIM. 7111210007. Effect of Social Class and Lifestyle on Samsung Handphone Purchase Decision (Case Study on Student management Study Program S-1 State University of Medan). Thesis Department of Management, Faculty of Economics, University of Medan, 2015.

Consumer purchasing decisions of a product is influenced by many factors. Every individual has the desire and taste different. Lifestyle and social class are factors that influence consumer buying decisions for a particular product. This study aims to identify and explain the Effect of Social Class and Lifestyle on Samsung Handphone Purchase Decision (Case Study on Student management Study Program S-1 State University of Medan). The population in this study were students of the Faculty of Economics Management which has Samsung smartphone with the number 198, and the sample is 66 people were taken by purposive sampling. data collection techniques using multiple linear regression model and hypothesis testing t-test, F and coefficient of determination, the previous state of the data was tested using the test validity, reliability test and classical assumption.

Based on the results of data processing using statistical tests the results obtained regression model is $Y = 11.254 + 1.532 X_1 + 0.468 X_2 + E$ means purchasing decisions will be constant at 11.254 if not influenced by lifestyle variables and social class. Partial test using t test with two variables: the research sig 0.000 < 0.05, which means that there is a positive and significant influence of social class variables on purchasing decisions and lifestyle variables on purchase decisions. Simultaneous test using ANOVA table with a number of research sig 0.000 < 0.05, which means that lifestyle and social class influence purchasing decisions Samsung Android phone pad mahasiswa Management Faculty of Economics, University of Medan, which states that the hypothesis is accepted. With R² obtained 0,879, which means that 87.9% of purchasing decisions are influenced by lifestyle and social class and the remaining 12.1% is influenced by other factors beyond the research model.

So it can be concluded that the hypothesis is accepted, which means that there is a positive and significant influence between lifestyle and social class on purchasing decisions on Student Purchase Smartphone Samsung S-1 Study Program Management University of Medan.

Keywords: Lifestyle, Social Class, Purchasing Decisions