

INTISARI

Adanya kebutuhan mahasiswa untuk memiliki *smartphone* dalam menunjang aktivitas perkuliahan serta pertumbuhan populasi mahasiswa mengakibatkan adanya peluang meningkatnya permintaan *smartphone* guna menunjang aktivitas dalam perkuliahan. Dengan adanya penjualan *smartphone* yang merosot pada tahun 2023 produk Iphone menjadi satu satunya produk *smartphone* yang mengalami kenaikan penjualan dalam 1 tahun terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* Iphone dengan studi kasus pada mahasiswa/mahasiswi Departemen Ekonomika dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada. Penelitian ini dilakukan menggunakan model kuantitatif dengan metode analisis faktor dengan indikator pertanyaan dalam penelitian ini total ada 15 variabel pertanyaan. Kriteria responden yakni mahasiswa Departemen Ekonomika dan Bisnis yang sedang menggunakan *smartphone* Iphone. Hasil analisis faktor menunjukkan terdapat lima faktor terbentuk setelah dilakukannya analisis faktor. Faktor – faktor yang terbentuk kemudian diurutkan dari faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yakni faktor kepercayaan merek, faktor citra merek, faktor kualitas produk, faktor gaya hidup dan faktor harga.

Kata kunci : Analisis faktor, keputusan pembelian, smartphone Iphone

ABSTRAK

The need for students to have smartphones to support lecture activities as well as the growth of the student population has resulted in opportunities for increasing demand for smartphones to support lecture activities. With smartphone sales declining in 2023, the iPhone product is the only smartphone product that has experienced an increase in sales in the last year. This research aims to find out what factors influence the decision to purchase an iPhone smartphone with a case study of students at the Economics and Business Department of the Vocational School, Gadjah Mada University. This research was carried out using a quantitative model with factor analysis methods with question indicators. In this study, there were a total of 15 question variables. The criteria for respondents are students from the Department of Economics and Business who are currently using an iPhone smartphone. The results of factor analysis showed that there were five factors formed after factor analysis was carried out. The factors formed are then sorted from the factors that most dominantly influence purchasing decisions, namely brand trust factors, brand image factors, product quality factors, lifestyle factors and price factors.

Keywords: Factor analysis, purchasing decisions, iPhone smartphone