

## ABSTRAK

### PENGARUH FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SELULER SMARTFREN DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

ADANI FIKY KURNIAWAN

Pada proses keputusan pembelian barang kebutuhan seperti produk kartu seluler. Konsumen mengalami keterlibatan untuk memutuskan membeli kartu seluler. Pada kondisi persaingan yang dilakukan oleh para produsen kartu seluler, jelas cukup membingungkan para konsumen untuk memutuskan secara pribadi produk mana yang akhirnya akan di pilih., PT Smartfren Telecom Tbk merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan telekomunikasi terdepan di Indonesia. Pada tahun 2015, Smartfren berinovasi dengan meluncurkan layanan 4G LTE Advanced komersial pertama di Indonesia, dan di awal tahun 2016, Smartfren kembali mencetak sejarah sebagai perusahaan telekomunikasi pertama di Indonesia yang menyediakan layanan Voice over LTE (VoLTE) secara komersial. Pada tahun 2017, Smartfren mengukuhkan posisinya sebagai penyedia layanan operator 4G terdepan melalui migrasi pelanggan CDMA menjadi pelanggan 4G, sehingga Perseroan saat ini merupakan satu-satunya operator yang beroperasi di jaringan 4G sepenuhnya. Dengan wilayah cakupan jaringan yang luas, melalui sekitar 15.000 BTS 4G yang tersebar di 200 kota di seluruh Indonesia). Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *personal factor* terhadap keputusan pembelian Kartu seluler Smartfren di Bandar Lampung. Metode pengambilan sampel *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria konsumen yang pernah membeli kartu seluler Smartfren. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang pernah membeli dan memakai kartu seluler Smartfren. Metode analisis data yang terdiri dari, uji validitas, uji reliabilitas, analisis kuantitatif dan uji hipotesis yang meliputi: uji T, uji F dan  $R^2$ . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *personal factor* berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis kuantitatif membuktikan bahwa variabel *personal factor* (X) memberikan pengaruh dengan nilai  $\beta$  0,440

**Kata kunci:** *personal factor* dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

### ***INFLUENCE OF PERSONAL FACTORS ON SMARTFREN MOBILE CARD PURCHASE DECISION IN BANDAR LAMPUNG***

By

**ADANI FIKY KURNIAWAN**

In the decision process of purchasing necessities such as cellular card products. Consumers experience engagement to decide to buy a mobile card. In the competitive conditions carried out by cellular card manufacturers, it is clear that it is quite confusing for consumers to decide personally which product to choose. PT Smartfren Telecom Tbk is one of the leading telecommunications service providers in Indonesia. In 2015, Smartfren innovated by launching the first commercial 4G LTE Advanced service in Indonesia, and in early 2016, Smartfren again made history as the first telecommunications company in Indonesia to provide Voice over LTE (VoLTE) services commercially. In 2017, Smartfren confirmed its position as a leading provider of 4G operator services through the migration of CDMA subscribers to 4G subscribers, so that the Company is currently the only operator operating on a full 4G network. With a wide network coverage area, through around 15,000 4G BTS spread in 200 cities throughout Indonesia). This study to determine the influence of *personal factors* on purchasing decisions Smartfren cellular cards in Bandar Lampung. The non-probability sampling method used is purposive sampling with the criteria of consumers who have bought Smartfren cellular cards. The number of samples in this study amounted to 100 respondents who had bought and used a Smartfren cellular card. The data analysis method consists of, validity test, reliability test, quantitative analysis and hypothesis testing which includes: T test, F test and R<sup>2</sup>. The results of this study indicate that the *personal factor* variable has a significant positive effect on purchasing decisions. The results of quantitative analysis prove that the personal factor (X) variable has an influence with a value of  $\beta$  0.440

**Keywords** : personal factor and purchase decision