

ABSTRAK

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGUNAAN *HANDPHONE* MEREK NOKIA DAN SIEMENS

**Maria Goreti Siwi Isthika
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Karakteristik responden *handphone* merek Nokia dan Siemens. (2) Apakah faktor harga, daya tahan produk, program menu, model, dan ukuran mempengaruhi konsumen dalam menggunakan *handphone* merek Nokia dan Siemens. (3) Faktor utama yang mempengaruhi konsumen dalam penggunaan *handphone* merek Nokia dan Siemens.

Teknik analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah (1) Analisis Persentase untuk mengetahui profil konsumen. (2) Analisis Regresi Linier Berganda untuk mengetahui apakah kelima faktor-faktor tersebut mempengaruhi konsumen. (3) Analisis Prioritas Kepentingan untuk mengetahui faktor utama yang paling berpengaruh terhadap konsumen dalam penggunaan *handphone*.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 11.00 *for windows*, dapat diketahui bahwa : (1) Pengguna *handphone* merek Nokia dan Siemens sebagian besar berusia 21 tahun sampai dengan 23 tahun dan berjenis kelamin perempuan sedangkan Fakultas yang sebagian besar menggunakan *handphone* merek Nokia dan Siemen adalah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dan berpendapatan/uang saku Rp. 350.000-Rp. 500.000. (2) Faktor harga, daya tahan produk, program menu, model, dan ukuran secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap penggunaan *handpnone* merek Nokia dan Siemens. (3) Faktor utama yang paling mempengaruhi penggunaan *handphone* merek Nokia dan Siemens adalah faktor harga.

ABSTRACT

FACTORS WHICH INFLUENCE THE CONSUMERS IN USING HANDPHONE MERK NOKIA AND SIEMENS

**Maria Goreti Siwi Isthika
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2004**

The purpose of this research is : (1) To know Nokia and Siemens respondents' characteristic. (2) To find out whether price, product durability, menu programme, model, and size influence the consumers in using Nokia and Siemens *handphones*. (3) To identify the most important factor which influences the consumer in using Nokia and Siemens.

The analysis techniques used in this research are : (1) Percentage analysis, (2) Multipel linear regression analysis. (3) The interest prority analysis.

The conclusion of this research is that : (1) Most of the users of Nokia and Siemens *handphones* are female, between 21 and 23 years old. (2) Price, product durability, menu programme, model, and size influence the consumers in using Nokia and Siemens. (3) The factor which has the biggest influence on the usage of Nokia and Siemens is price.