

ABSTRAK

**ANALISIS PERBEDAAN MOTIF PEMBELIAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* BLACKBERRY,
BERDASARKAN JENIS KELAMIN**

Studi Kasus pada Mahasiswa pengguna *Handphone* Blackberry tipe Bold dan Curve di Yogyakarta

Agnes Dwi Christiana
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2012

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan motif pembelian berdasarkan jenis kelamin dan pengaruh motif pembelian terhadap pengambilan keputusan pembelian *Handphone* Blackberry tipe Bold dan Curve di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sanata Dharma, Universitas Atma Jaya, Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Gadjah Mada, dan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Convenience Sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan teknik analisis *Independent Sample t-Test* dan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan motif pembelian berdasarkan jenis kelamin. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa motif pembelian berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan pembelian *handphone* Blackberry tipe Bold dan Curve.

ABSTRACT

**ANALYSIS OF DIFFERENCE IN BUYING MOTIVES OF BLACKBERRY
MOBILE PHONE PURCHASE DECISION, ON THE BASIS OF GENDER**

Case study on Mobile Blackberry users Students type Bold and Curve in
Yogyakarta

Agnes Dwi Christiana
Sanata Dharma University
Yogyakarta, 2012

This research aims to find out the difference of buying motives based on the gender and the influence of buying motives on the decision to buy Blackberry Mobile type Bold and Curve in Yogyakarta. The population of this study was the students of Sanata Dharma University, Atma Jaya University, Negeri Yogyakarta University, Gadjah Mada University, and Pembangunan Nasional “Veteran” University, with samples of 100 respondents. The sampling technique is Convenience Sampling. The data collection techniques is use questionnaire. Data analysis used are Independent Sample t-Test and analysis of simple linear regression. The result of this research shows that there is no difference on buying motives based on gender. The result also shows that buying motives positively influence the decision to buy Blackberry mobile tipe Bold and Curve.