

ABSTRAK
ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET DATA INTERNET
PADA MASA PANDEMI

Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma dan Universitas Atma
Jaya Yogyakarta

Sonia Siscabella
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian paket data internet pada masa pandemi. Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Populasinya adalah mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta dan Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan analisis *Cochran Q-test*. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian kartu paket data internet adalah: kinerja produk, keandalan produk, daya tahan lama produk, kemudahan produk digunakan, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, daya saing harga, *advertising, sales promotion, personal selling, public relations & publicity direct and data base marketing*.

Kata kunci : produk, promosi, harga, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT
ANALYSIS FACTORS INFLUENCING
CONSUMERS IN THE DECISIONS OF
PURCHASING INTERNET DATA CARDS
DURING PANDEMIC

A Study on Student of Sanata Dharma and
Atma Jaya Students

Sonia Siscabella
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2021

The research aims to determine factor influencing consumers in the decision of purchasing an internet data during pandemic. This research is descriptive. The population is Sanata Dharma University and Atma Jaya University students. Number of sample was as many as 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling technique. The data collection techniques using the Q-Test Cochran analysis. The result of this research showed the factor that influenced consumers in the decision of purchasing an internet data plan were: product performance, product reliability, product durability, product ease of use, affordability, price conformity with the product, price competitiveness, advertising, sales promotion, personal selling, public relations & publicity direct and data base marketing.

Keywords: product, promotion, price, and purchasing decisions.