

# **ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* REALME DI BANDAR LAMPUNG**

## **ABSTRAK**

**Oleh**

**DICKY DWI YUDHA**

Perkembangan teknologi dan telekomunikasi di Indonesia saat ini terus mengalami kemajuan adalah *smartphone*. Banyak merek *smartphone* yang berada di pasar Indonesia salah satunya adalah Realme. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian dan faktor mana yang lebih dominan dalam menentukan keputusan pembelian produk. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang telah membeli produk *smartphone* Realme di Bandar Lampung. Pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan pengujian yang dilakukan secara bertahap dengan metode *Cochran Q Test* dan mengeluarkan faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah ruang penyimpanan (85%), fitur kamer (80%), baterai (78%), design menarik (77%), sistem operasi (74%), fitur ai face unlock (73%), varian warna (72%), fitur layar lebar (70%). dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa hasil yang memiliki pengaruh paling dominan terdapat pada faktor (P14) dengan jawab “YA” terbesar (85%) dari seluruh faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : kualitas produk, faktor-faktor kualitas produk, keputusan pembelian

# **ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE PURCHASE DECISION ON REALME SMARTPHONE IN BANDAR LAMPUNG**

## **ABSTRACT**

**By  
DICKY DWI YUDHA**

The development of technology and telecommunications in Indonesia is currently experiencing progress specifically on smartphones. There are many smartphone brands in the Indonesian market, one of which is Realme. The purpose of this study was to find out what factors affected the purchase decisions and which factors were more dominant in determining the product purchase decisions. The research population was all consumers who purchased Realme smartphone products in Bandar Lampung. The sampling technique used the non-probability sampling with the purposive sampling technique. The tests were carried out in stages using the Cochran Q Test method and removing the factors that affected the consumer purchase decisions were storage space (85%), camera features (80%), battery (78%), attractive design (77%), system operation (74%), AI face unlock feature (73%), color variant (72%), widescreen feature (70%). From the results of the study, it can be seen that the result that has the most dominant effect is on the factor (P14) with the most "YES" answers (85%) of all factors that affect the purchase decisions.

**Keywords: Product Quality, Product Quality Factors, Purchase Decisions**