

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Fakultas Ekonomi  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Genap 2019/2020

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* DAN *PURCHASE DECISION* PRODUK *SMARTPHONE* PADA GENERASI MUDA DI KOTA BATAM

EFENDI  
NPM: 1641119

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *purchase intention* dan *purchase decision* pada produk *smartphone* dengan menggunakan responden generasi muda di Kota Batam. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *brand concern*, *convenience*, *dependency*, *price*, *product features*, *social influence*, *social needs*, *perceived value* dan *purchase intention*.

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner *online* dengan jumlah responden yakni sebanyak 260 orang. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23 untuk analisis demografi responden dan uji *Common Method Biased* (CMB), kemudian dilanjutkan dengan pengujian *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program SMARTPLS versi 3.0.

Berdasarkan pengujian hubungan antar variabel, didapatkan data bahwa diketahui bahwa faktor-faktor yang berpengaruh signifikan positif terhadap *purchase intention* adalah *brand concern*, *dependency*, *product features*, *social needs*, dan *perceived value*. Selain itu didapatkan data juga bahwa *purchase intention* berpengaruh signifikan positif terhadap *purchase decision*. Dengan demikian disarankan kepada perusahaan *smartphone* untuk membuat produk dengan merek yang kuat di mata pelanggan dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan sosialisasi masyarakat.

**Kata Kunci:** *brand concern*, *product features*, *smartphone*, *purchase intention*, *purchase decision*.