ABSTRAK

Mayang Sary Indar P, Stambuk 10572 04449 13. Komparasi Keputusan Konumen Dalam Melakukan Pembelian *Handphone* Berdasarkan Merek Produk *(studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar)*, dibimbing oleh Drs. Asdi, MM dan Syafaruddin, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan yang signifikan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian *handphone* berdasarkan merek produk *(studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar)* yang beralamat di jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar dengan menjaring 100 orang peserta sampel, sedangkan pengumpulan data menggunakan tekhnik kuesioner, wawancara dan dokumentasi.

Untuk menjelaskan karakteristik responden menggunakan analisis presentase sedangkan untuk menjelaskan deskripsi variabel penelitian yang berkaitan dengan hipotesis, maka data diolah menggunakan tekhnik analisis Chi Square/Kai Kuadrat (X^2) dengan menggunakan program Microsoft Excel 2007.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian *handphone* berdasarkan **pemilihan produk** dengan nilai X^2 hitung sebesar 21,501698lebih besar dari nilai X^2 tabel sebesar 9,448 (21,501698 > 9,448) pada taraf signifikan 5%, **pemilihan merek** nilai X^2 hitung sebesar 21,62378 lebih besar dari nilai X^2 tabel sebesar 9,448 (21,62378 > 9,448) pada taraf signifikan 5% dan **pemilihan dealer** nilai X^2 hitung sebesar 10,630075 lebih besar dari nilai X^2 tabel sebesar 9,448 (10,630075 > 9,448) pada taraf signifikan 5%.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Merek