

## ABSTRAK

**ABDUL RAHMAN AZIS 105720340711 “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN TELEPON SELULER (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNISMUH MAKASSAR)”**

Penelitian ini bertujuan 1. Untuk mengkaji pengaruh faktor-faktor yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam pembelian telepon seluler dengan merek tertentu. 2. Untuk menganalisis iklan media cetak efektif untuk mengubah perilaku dalam pembelian telepon seluler.

Penelitian ini adalah survey eksplanatory atau pengujian hipotesa yaitu untuk menjelaskan pengaruh antara dua variabel. Adapun metode yang digunakan adalah metode kuantitatif untuk menghitung dan mengukur variabel-variabel penelitian yang selanjutnya dianalisis secara statistik.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa 1. faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku seperti Iklan, toko, penjualan langsung, media dan orang lain. Setelah di uji dengan menggunakan regresi logistik maka iklan, toko, dan media berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian telepon seluler di Makassar sedangkan penjualan langsung serta orang lain tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pembelian. Dalam mempromosikan produk telepon seluler serta mempengaruhi perilaku konsumen maka faktor iklan serta media adalah salah satu promosi yang sangat tepat. 2. Iklan yang efektif tidak hanya diukur dari tinggi tingkat penjualan dari suatu produk tetapi bagaimana pesan yang disampaikan dapat di terima dengan baik oleh konsumen tetapi untuk mengetahui pesan diterima dengan baik ada enam cara yaitu memori, persuasi, komunikasi, tahap demi tahap, penampilan merek dan respon langsung.