

ABSTRAK

Regina Victoria

Skripsi

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Surabaya Dalam Keputusan Pembelian Paket Data Internet Di Era *New Normal*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa Surabaya dalam membeli paket data internet di era *new normal*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya faktor-faktor yang dipertimbangkan mahasiswa Surabaya di dalam pembelian paket data internet merk Indosat Ooredoo, 3, Smartfren, XL, atau Telkomsel di era *new normal*. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 115 responden mahasiswa Surabaya yang saat ini sedang menggunakan paket data internet merk Indosat Ooredoo, 3, Smartfren, XL, atau Telkomsel selama era *new normal*. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *snowball sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis faktor, analisis regresi linear berganda, dan uji F dengan perangkat lunak SPSS. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah 5 faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa Surabaya dalam pembelian paket data internet merk Indosat Ooredoo, 3, Smartfren, XL, atau Telkomsel di era *new normal* yaitu : (1) Faktor Produk, (2) Faktor Promosi, (3) Faktor Pribadi/Diri Sendiri, (4) Faktor Motivasi, dan (5) Faktor Situasi.

Kata Kunci : Analisa Faktor, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji F

ABSTRACT

Regina Victoria

Thesis

Analysis of Factors Affecting Surabaya Students in Purchasing Decisions of Internet Data Packages in the New Normal Era.

This study aims to determine what factors influence Surabaya students in buying internet data packages in the new normal era. The purpose of this study was to determine whether or not there are factors that Surabaya students consider in purchasing internet data packages Indosat Ooredoo, 3, Smartfren, XL, or Telkomsel in the new normal era. This type of research is quantitative. The data collection method used was a questionnaire. The number of respondents used in this study were 115 Surabaya student respondents who are currently using the Indosat Ooredoo, 3, Smartfren, XL, or Telkomsel internet data packages during the new normal era. The technique used in this research is snowball sampling. The data analysis method used in this study is to use factor analysis, multiple linear regression analysis, and the F test with SPSS software. The results obtained from this study are 5 factors that influence the decisions of Surabaya students in purchasing internet data packages Indosat Ooredoo, 3, Smartfren, XL, or Telkomsel in the new normal era, namely: (1) Product Factors, (2) Promotion Factors, (3) Personal/Self Factors, (4) Motivation Factors, and (5) Situation Factors.

Keywords: Factor Analysis, Multiple Linear Regression Analysis, F Test