

## ABSTRAK

Radif Bahtiar Hidayat, B07208072, 2012 PROGRAM STUDI PSIKOLOGI FAKULTAS DAKWAH INSTITU AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA, FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK HANDPHONE NOKIA.

**Abstrak:** Penelitian ini mencoba untuk memaparkan dan mendeskripsikan tentang perilaku konsumen dalam membeli produk *handphone* Nokia. Tujuan penelitian ini untuk menjawab permasalahan tentang: faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk Nokia ? Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan dengan pedoman umum, dengan metode yang digunakan adalah wawancara mendalam. Penentuan subyek adalah konsumen yang membeli produk *handphone* Nokia. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli *handphone* Nokia peneliti menggunakan teori dari Kotler (2009), yang mengatakan ada beberapa model perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk, yaitu : budaya kebudayaan, sosial peribadi dan psikologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pertama, alasan konsumen memilih *handphone* Nokia di pengaruhi oleh iklan dari produk telepon seluler, konsumen merasa tertarik dengan pesan yang disampaikan iklan produk telepon seluler. Kedua, informasi dari toko, konsumen tertarik untuk melakukan transaksi karena informasi yang didapatkan dari karyawan. Ketiga, pengaruh penjualan langsung, dimana konsumen tertarik dengan informasi yang didapatkan dari sales. Keempat, pengaruh dari orang lain, konsumen merasa yakin dengan informasi yang didapatkan dari teman, saudara dan orang lainnya yang dianggap tahu mengenai kriteria produk seluler. Kelima, pengaruh pembelian. sebelum terjadinya pembelian, ada beberapa kriteria yang diperhatikan oleh subyek, yaitu : merek, harga, desain dan mutu.

Kata Kunci ;faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk