

ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan terhadap pembelian handphone Merek BlackBerry. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan menggunakan *aksidental sampling method*. Adapun analisa statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan Uji Validitas, Reliabilitas, dan Analisis Faktor.

Dari hasil analisis faktor menghasilkan empat faktor baru yaitu faktor pertama **Anggota Keluarga dan Gaya Hidup**, Faktor kedua **Pengaruh teman dan keuangan**, Faktor ketiga **Tampilan desain** dan Faktor keempat **Fitur dan Inovasi**. Dari 4 faktor utama yang terbentuk, Faktor pertama (**Anggota keluarga dan Gaya Hidup**) merupakan faktor paling dominan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai % rotation sums of squared loadings yaitu pada kolom % of variance sebesar 23.204%. Nilai tersebut merupakan nilai tertinggi dibandingkan nilai faktor baru lainnya.

Kata kunci : Analisis Faktor, Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian