

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang cepat mendorong manusia untuk selalu berusaha mengikuti, termasuk didalamnya perkembangan teknologi telekomunikasi yaitu ponsel. Perkembangan ponsel yang cepat dibuktikan dengan banyaknya produsen ponsel mengeluarkan produk baru yang mempunyai *feature* yang lebih bagus, harga yang terjangkau, dan teknologi yang mengagumkan dari sebuah ponsel.

Tujuannya untuk mengetahui pengaruh faktor *Manufacturer*, *Product conditions*, dan *Influential persons* dalam minat pembelian ponsel merek Nokia di Surabaya. Dan untuk mengetahui diantara ketiga faktor tersebut yang mempunyai pengaruh paling dominan dalam pembelian ponsel merek Nokia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena lebih menitikberatkan pada pembuktian hipotesis dimana peneliti memulai dengan suatu hipotesis yang didasari dari teori-teori yang terkait, kemudian dilakukan pengumpulan data melalui kuesioner kepada responden. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel secara tak acak (*non probability sampling*) dengan teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 orang. Pengumpulan data dengan menggunakan prosedur pengumpulan data primer dan data sekunder. Teknik analisis statistik yang digunakan adalah *Logistic Regression*. Model Regresi Logistik adalah :

$$Y = \frac{1}{1 + 2,718^{-6,348 + 0,993(X1) + 0,918(X2) + 0,791(X3)}}$$

Pembuktian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa *Chi square* adalah 47,542 dengan tingkat signifikansi *Chi square* adalah 0,000 ( $p < 0,005$ ) yang berarti ada pengaruh seluruh variabel bebas yang terdiri dari *Manufacturer*, *Product Conditions*, dan *Influential Persons* dalam membeli ponsel Nokia. Pembuktian hipotesis secara parsial dengan uji Wald diketahui bahwa, nilai signifikansi untuk variabel *Manufacturer* adalah 0,018 ( $p < 0,05$ ), karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka ada pengaruh *Manufacturer* terhadap pembelian ponsel Nokia. Nilai signifikansi untuk variabel *Product Conditions* adalah 0,012 ( $p < 0,05$ ), karena nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05 maka ada pengaruh *Product Conditions*. Nilai signifikansi untuk variabel *Influential Persons* adalah 0,013 ( $p < 0,05$ ), karena nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05 maka ada pengaruh *Influential Persons* terhadap pembelian ponsel Nokia.