

**PENGARUH *VALUE, LIFE STYLE* DAN *PERSONALITY*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE*  
(SURVEI PADA MAHASISWA EKONOMI *INTAKE* DIII  
UNIVERSITAS ANDALAS)**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*



Diajukan Oleh:

**Rifki Arnev**

**1410526007**

Dibimbing Oleh:

**Dr. Syafrizal, SE. ME**

**NIP. 197205011997021002**

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
APRIL 2017

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh VALS dan Personality terhadap keputusan pembelian smartphone pada mahasiswa ekonomi intake DIII Universitas Andalas Padang. Dalam penelitian ini terdapat dua diversitas yang digunakan dalam penelitian yaitu VALS dan Personality. Sumber data diperoleh dari responden yang telah mengisi kuesioner penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi 150 orang mahasiswa Ekonomi Intake DIII Universitas Andalas. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear untuk menguji hipotesis dan dengan melakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS Versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel VALS berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone pada mahasiswa ekonomi intake DIII Universitas Andalas Padang, sedangkan variabel Personality juga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone pada mahasiswa ekonomi intake DIII Universitas Andalas Padang.

**Kata kunci:** VALS, Personality dan Keputusan Pembelian.

