

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh bagi konsumen di Kota Semarang dalam merefensikan suatu produk. Variabel independen yang digunakan meliputi Kegunaan Produk (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Pergaulan Sosial (X3), sedangkan variabel dependen adalah Minat Merefensikan *Handphone* Blackberry (Y). Sampel yang diambil berjumlah 100 responden dengan metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Alat analisisnya menggunakan SPSS 17.0 yang meliputi uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas uji normalitas dan uji autokorelasi, serta analisis regresi berganda yang meliputi uji *goodness of fit* yakni koefisien determinasi, uji signifikansi simultan (uji statistik F) uji signifikansi parameter individual (uji t).

Berdasarkan pengujian, didapatkan hasil bahwa semua variabel yang digunakan memenuhi kriteria pengujian yang digunakan. Adapun hasil regresi berganda adalah :

$$Y = 2,240 + 0,473 X_1 + 0,256 X_2 + 0,341 X_3$$

Koefisien determinasinya (*adjusted R²*) sebesar 0,610. Artinya 61 persen minat merefensikan *handphone* blackberry dapat dijelaskan oleh ketiga variabel. Sedangkan 39 persen minat merefensikan dijelaskan diluar model.

Kata Kunci : Kegunaan Produk, Kemudahan Penggunaan Produk, Pergaulan Sosial dan Minat Merefensikan.