

## INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari bauran pemasaran, individu konsumen, dan pengaruh lingkungan terhadap keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta baik secara simultan maupun secara parsial, serta mengetahui variabel perilaku konsumen yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pemakaian jasa warnet.

Penelitian ini mengambil sampel dari mahasiswa dan siswa dengan lokasi warnet di sekitar kampus UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Metode sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Jumlah responden yang diambil adalah 100 orang.

Dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa 1) terdapat pengaruh bauran pemasaran terhadap konsumen dalam pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet, 2) terdapat pengaruh individu konsumen terhadap konsumen dalam pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 3) secara simultan terdapat pengaruh lingkungan terhadap konsumen dalam pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 4) terdapat bauran pemasaran, individu konsumen, dan lingkungan secara bersama-sama terhadap konsumen dalam pengambilan keputusan pemakaian jasa warnet di sekitar kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.