

ANALISIS PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DEALER SUZUKI



Oleh: FELIX ANINDITA JANUARDI (03610314)

Management

Dibuat: 2009-07-02 , dengan 3 file(s).

Keywords: analisis, proses keputusan pembelian

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis proses pengambilan keputusan dalam pembelian motor pada dealer Suzuki di kota Malang. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis alasan yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli motor Suzuki.

Penelitian ini menggunakan alat analisis deskriptif. Sedangkan metode yang digunakan adalah kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan maksud untuk memperoleh informasi berkaitan dengan proses pengambilan keputusan pembelian dari responden. Metode yang digunakan adalah non probabilitas sampling yaitu convenience sampling dan jumlah yang digunakan adalah sebanyak 150.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mayoritas konsumen membeli motor Suzuki adalah karena motor itu memiliki ketahanan yang tinggi. Sedangkan Untuk pencarian informasi sebagian besar pada konsumen dealer motor Suzuki memperoleh informasi dari brosur, spanduk, poster dan promosi lain. Oleh karena itu dealer agar lebih dapat menonjolkan daya tahan dalam penyampaian dan juga memperbaiki format iklan maupun pesan yang disampaikan pada brosur dan spanduk.

ABSTRACT

This research is aimed to analyze the process in making decision on purchasing motorcycle at Suzuki dealer in Malang city. Besides, this research is also aimed to analyze some reasons that influence customers in taking decision on purchasing Suzuki motorcycle.

This research uses descriptive analysis, while the method is Questionnaire. Spread of these questionnaires are in order to collect some informations related to process in making decision by respondents. The method is non probability sample. That is convenience sample an number of the respondents are 150 people.

Based on the research. Most of the customers purchase Suzuki motorcycle for reasons of it's endurance. While majority of customers receives informations by brochures, banners and other promotions. Theyfore, dealer is supposed to stress more on endurance in promoting and make improvements on advertisement format or message want to go on brochures and banners.