

ANALISA PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK MOBIL PRIBADI DI WILAYAH KOTA BOGOR (PADJAJARAN)

Rahmat Budiman, Ade Rachmawati, SE., MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : penelitian konsumen

Abstraksi :

Konsumen pada dasarnya mempunyai perilaku pembelian yang berbeda-beda dalam menentukan prioritas pemenuhan hidupnya, hal itu dikarenakan oleh perbedaan pada latar belakang budaya, sosial, kepribadian, maupun psikologi yang mereka miliki, oleh karena itu diperlukan penelitian atau analisa mengenai pengaruh keempat faktor tersebut terhadap perilaku pembelian. Tujuan penulisan ilmiah ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap pembelian produk mobil pribadi di wilayah Kota Bogor (padjajaran), dengan menggunakan metode chi square terhadap empat faktor meliputi budaya, sosial, kepribadian, dan psikologi. Kesimpulan yang dapat di ambil dari pengujian faktor budaya, sosial, kepribadian, dan psikologi adalah setiap faktor tersebut mempengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian produk mobil pribadi.