

ABSTRAKSI

Surya Raharjo

Skripsi

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sepeda motor *sport* Kawasaki Ninja 250 Fi di Surabaya

Fenomena Kawasaki Ninja 250 fi adalah fenomena yang menarik karena tingginya minat konsumen terhadap varian sepeda motor sport Ninja tersebut. Untuk itu, tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Kawasaki Ninja 250 F. Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dengan menggunakan 5 faktor: personal factors, social factors, behavioral factor, marketing mix, dan faktor lingkungan sosial budaya. Jumlah indikator dari klima faktor tersebut adalah 28 indikator.

Teknik analisis data menggunakan analisis faktor. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 4 faktor hasil reduksi faktor, yaitu: faktor penampilan diri (faktor 1), faktor karakteristik demografis dan lingkungan sosial (faktor 2), faktor promosi dan referensi (faktor 3), dan faktor harga dan iklan (faktor 4). Hasil reduksi analisis faktor sehingga menjadi 4 faktor tersebut mampu menjelaskan varian indikator sebesar 65,163%.

Kata Kunci: Personal factors, Social Factors, Behavioral Factor, Marketing Mix, Lingkungan Sosial Budaya, Analisis Faktor, Kawasaki Ninja 250 F

ABSTRACT

Surya Raharjo

Thesis

The factors analysis which influence consumer decision buying for Kawasaki Ninja 250 Fi vehicle Sport at Surabaya

Kawasaki Ninja 250 fi phenomenon showing the attractive phenomenon because the high of interesting consumer to buy Kawasaki Ninja 250 F. The research purpose is to identify the factors which influencing consumer decision making to buy terhadap Kawasaki Ninja 250 F. The research design is quantitative design. This research using five factors are: personal factors, social factors, behavioral factor, marketing mix, and social culture environment. The breakdown from the factors are 28 indicators.

Data analysis technique using factor analysis. The output of the factor analysis showing that there are four factors as reduction from 28 indicators. The name of each factor is: self performance factors (factor 1), faktor demographic and social environment factor (factor 2), promotion and refferential factor (factor 3), and price and advertising (factor 4). The fourth of factors have explained the buying deciison making as 65,163%.

Keywords: Personal factors, Social Factors, Behavioral Factor, Marketing Mix, Social Culture Environment, Factor Analysis, Kawasaki Ninja 250 F