

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PUTUSAN PEMBELIAN MOBIL PANTHER PADA
PT KARYAPRIMA MOBILINDO
DI SURABAYA**



Oleh :

BENNY CHANDRA

NRP. 11192026

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA
SURABAYA
1999**

ABSTRAK

Putusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor kepribadian, dan faktor psikologis. Tiap-tiap faktor mempunyai pengaruh atau peranan yang penting bagi konsumen di dalam menentukan putusan pembeliannya terhadap suatu produk barang dan jasa. Di mana pengaruh untuk tiap-tiap faktor tersebut bagi konsumen dalam menentukan putusan pembeliannya terhadap suatu produk bisa sama atau seimbang dan bisa juga berbeda-beda. Menurut Philip Kotler putusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor utama psikologis, yaitu faktor motivasi, persepsi, belajar, dan sikap.

Dalam hal ini penulis mengadakan analisis mengenai pengaruh faktor psikologis yang meliputi faktor motivasi, persepsi, belajar, dan sikap terhadap putusan pembelian konsumen dalam membeli mobil Panther. Untuk mendapatkan data penulis mengadakan koesioner pada konsumen yang membeli mobil Panther pada PT Karyaprima Mobilindo.

Dari hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang bermakna dari faktor psikologis yang meliputi faktor motivasi, persepsi, belajar, dan sikap terhadap putusan pembelian mobil Panther, dan signifikan karena probabilitasnya ($1,806E-09$) $< 5\%$, juga diketahui bahwa faktor persepsi mempunyai pengaruh yang paling dominan sedangkan faktor yang kontribusinya paling rendah terhadap putusan pembelian adalah faktor sikap.

Oleh sebab itu perusahaan perlu meningkatkan elemen-elemen yang mendukung sikap konsumen dalam menentukan putusan pembelian, sedangkan segala sesuatu yang menimbulkan persepsi konsumen harus dapat lebih ditingkatkan atau minimal dipertahankan oleh perusahaan.